

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБІНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

**МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**

на тему:

**ПОЛІТИЧНІ ТОК-ШОУ У СУЧАСНІЙ  
ТЕЛЕЖУРНАЛІСТИЦІ: КОНТЕНТ, ВПЛИВ НА ГЛЯДАЧА**

Студентки 2 курсу, групи 2МЖ  
Освітньої програми *Журналістика.  
Медіакомунікації*  
Галузі знань *06 Журналістика*  
Спеціальності *061 Журналістика*  
Ступеня вищої освіти *магістра*  
Манич Євгенії Андріївни

Науковий керівник: Байлема Т.М,  
кандидат історичних наук

Розширена шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Голова комісії \_\_\_\_\_  
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії \_\_\_\_\_  
(підпис) (ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ (підпис) (ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ (підпис) (ініціали, прізвище)

м. Вінниця – 2020 рік

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ЖАНР ПОЛІТИЧНОГО ТОК-ШОУ.....	7
1.1. Історія виникнення та розвитку політичного ток-шоу.....	7
1.2. Дефініційні параметри політичних ток-шоу.....	11
1.3. Роль політичних ток-шоу.....	15
РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКА ТОК-ШОУ В УКРАЇНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	19
2.1. Політична журналістика та зв'язок з нею політичних ток- шоу.....	19
2.2. Диференційні параметри політичних ток-шоу.....	27
2.3. Композиційна специфіка політичних ток-шоу.....	31
2.4. Основні типи учасників політичних ток-шоу.....	38
РОЗДІЛ III. ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ТОК-ШОУ.....	44
3.1. Контент сучасних українських політичних ток-шоу.....	44
3.2. Уплив політичних ток-шоу на глядачів (на прикладі політичних ток-шоу С. Шустера й Є. Кисельова).....	53
ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67
ДОДАТКИ.....	71

## ВСТУП

З часів появи журналістики її основною функцією стало інформування суспільства. Поступово ремесло розвивалося і з часом журналістика почала не тільки інформувати, але й просвіщати, розважати, відтак професія обросла новими завданнями і функціями.

Останнім часом на українському телебаченні усе більшу популярність здобувають нетрадиційні розмовні програми. Прикладом таких програм є жанр ток-шоу, котрий поєднує в собі ознаки дискусії, інтерв'ю та гри. Політичні ток-шоу – одні з найбільш затребуваних ток-шоу для української аудиторії, оскільки вони концентрують увагу глядачів довкруг гострої суспільно-політичної теми, а також упливають на емоції аудиторії. Політичні ток-шоу за рахунок своєї діалогічності відображають політичну проблему з різних боків, гарантуючи при цьому інтерес глядачів. Жанр ток-шоу відноситься до аналітичних жанрів журналістики, але сьогодні спостерігаємо тенденцію, спрямовану на реалізацію розважальної функції.

**Актуальність дослідження** політичних ток-шоу зумовлена їхнім специфічними особливостями: впливом на масову аудиторію і дієвістю стратегій при передачі інформації. Зокрема, постає питання про реальне відображення інтерактивних процесів, які відбуваються на сучасному телебаченні. У контексті вивчення категоріальних і диференційних ознак політичного ток-шоу увагу цього дослідження сконцентровано на процесах впливу на глядача завдяки контенту шоу. Для цього відбувається аналіз практичної моделі українських політичних ток-шоу в плані вивчення базових елементів впливу на аудиторію. Звісно, вплив на емоції глядачів має особистість ведучого ток-шоу: його винахідливість, дотепність і чарівність, а також уміння слухати своїх гостей та експертів, об'єктивно оцінювати ситуацію в ефірі, аналізувати отриману інформацію, природно поводитися перед камерою, тримати інтригу, контролювати емоції, знімати напругу в аудиторії. Саме тому до розгляду були взяті творчі доробки в політичних ток-шоу Савіка Шустера та Євгенія Кисельова.

**Мета дослідження** – проаналізувати й охарактеризувати змістове наповнення політичних ток-шоу та встановити специфіку їхнього впливу на глядачів.

**Об’єкт дослідження** – українські політичні ток-шоу, **предмет** – контент і методи впливу на публіку.

Поставлена мета дослідження, визначені об’єкт і предмет дослідження уможливають вирішення конкретних **завдань**:

- 1) описати історію виникнення політичних ток-шоу;
- 2) розкрити їхні дефініційні параметри;
- 3) з’ясувати роль політичних ток-шоу;
- 4) установити їхнє місце в системі політичної журналістики;
- 5) здійснити типологічну характеристику;
- 6) установити основні типи учасників політичних ток-шоу;
- 7) проаналізувати їхню змістову наповнюваність;
- 8) визначити специфіку впливу на глядачів.

**Методи дослідження** включають у себе: структурно-функціональний метод – при характеристиці жанрів політичного ток-шоу; метод моніторингу, застосований при відборі емпіричного матеріалу дослідження; якісний аналіз контенту був спрямований на уточнення та інтерпретацію змісту сюжетів, відібраних для аналізу; метод аналізу джерел, обробка емпіричних даних – при вивченні емпіричної бази; метод типологізації – при класифікації жанрів ток-шоу; реферативно-аналітичний, індуктивно-дедуктивний і порівняльний методи – для систематизації теоретичного матеріалу, а також біографічний для розкриття особистостей Савіка Шустера та Євгенія Кисельова.

**Джерела дослідження.** Теоретична база пропонованого дослідження побудована на основі різноаспектних наукових робіт. Так, Н. В. Вакурова і Л. І. Московкіна дають уявлення про жанрову структуру і типології, а також про стилі, напрямки і жанрові різновиди. У свою чергу Г. В. Кузнецов виділяє якості професійного журналіста, котрі впливають на побудову програми, уміння правильно вести діалог. Натомість С. А. Муратова

наголошує на специфіці діалогічних, «розмовних» жанрів телебачення, а також розглядає психологічні, естетичні й етичні проблеми, що виникають при спілкуванні тележурналіста зі своїм героєм. С. Г. Корконосенко присвячує роботи дослідженню питань професійної етики журналіста, її основних принципів, ціннісного аспекту для суспільства. Є. П. Прохоров пропонує дослідження в області політичної культури і функціонування журналістики в світі політики.

Емпіричну базу дослідження склали випуски політичних ток-шоу з Савіком Шустером та Євгенієм Кисельовим.

**Наукова новизна отриманих результатів** полягає в тому, що в роботі зроблена спроба обґрунтувати той факт, що сучасне політичне ток-шоу не виконує свої функції, тобто будучи аналітичним жанром, не приносить результативності і не відповідає вимогам ефективності. Обговорення в студії суспільно-політичної проблеми має тільки зовнішні ознаки аналітичної програми. За цими ознаками на першому місці стоїть рекреативна функція, тобто головне завдання сучасних ток-шоу – заповнити вільний час телеглядачів, зняти напругу, забезпечити емоційну розрядку. Також під час вивчення теоретичної та імперичної бази було встановлено, що політичне ток-шоу не тільки має великий вплив на свого глядача, а також маніпулює його свідомістю.

**Теоретичне та практичне значення одержаних результатів.** Основні положення і висновки, отримані в ході роботи, можуть бути використані з метою проведення подальших досліджень в області вивчення сучасного політичного ток-шоу. Результати пропонованого дослідження можуть бути також застосовані в якості методичного матеріалу у викладанні курсів з телевізійної журналістики.

**Практична цінність** роботи полягає в тому, що в цьому дослідженні теоретично обґрунтовано вплив політичних ток-шоу на глядачів, а також маніпулювання їхньою свідомістю, а тому такі знання можуть знадобитися для покращення мовлення сучасних політичних ток-шоу.

**Структура кваліфікаційної магістерської роботи.** Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, що містять 9 підрозділів, висновків та списку використаних джерел (46 позицій), 8 додатків. Загальний обсяг роботи 80 сторінок.

## РОЗДІЛ І. ЖАНР ПОЛІТИЧНОГО ТОК-ШОУ

### 1.1. Історія виникнення та розвитку політичного ток-шоу

Традиційно в сучасному журналістикознавстві зародження окремих рис політичних ток-шоу вбачають у 30-х рр. ХХ ст. Саме в цей час запозичене основне підґрунтя ток-шоу. Ідеться передовсім про розмову в етері, яка була популярною серед радіопрограм так званого talk radio. Крім того, до праобразів ток-шоу відносять аналітичні програми, у котрих були репрезентовані коментарі фахівців з тієї чи тієї сфери діяльності [17, с. 62].

Безперечно, вагому роль відіграли також програми Vox Populi, у яких реципієнти переглядали записані вуличні інтерв'ю; програми на замовлення з елементами бесіди (chit chat on air, call-in shows, listener request lines); радіопроеграми Баррі Грея, який утрадиційнив телефонні дзвінки від слухачів і запрошення знаменитостей у студію [17, с. 62–63].

Уперше ток-шоу в сучасному розумінні з'явилося на американському ґрунті в 1967 р. завдяки ведучому Філу Донах'ю, якого нині по праву вважають засновником цього жанру. Уже перші випуски «Phil Donahue Show» привернули увагу глядачів, а сам ведучий став одним із найпопулярніших у США, адже він майстерно висвітлював нестандартні теми [13, с. 235].

Відомо, що одного разу Філ Донах'ю, опинившись у критичній ситуації, адже в нього закінчилися питання для запрошеного гостя, запропонував приєднатися до розмови глядачам. Один із глядачів не розгубився і поставив запитання. Саме так Філ Донах'ю винайшов жанр ток-шоу [26, с. 12].

Уперше програма Філа Донах'ю вийшла в етер на телеканалі «WHIO-TV» (Дейтон, штат Огайо), де протягом 1963-1967 рр. він працював ранковим ведучим і проводив різні ток-шоу в прямому етері, запрошуючи гостей у студію. Оскільки це була провінційна телестанція, то видається логічним її мізерне фінансування. У цьому зв'язку Філу було дуже складно запрошувати

до себе зіркових гостей. Але й за таких несприятливих умов Донах'ю знайшов вихід, сфокусувавши особливу увагу не на відомих людях, а на скандальних проблемах, про які відкрито говорив у прямому етері [42, с. 106]. На той момент таке нововведення стало справжнім проривом у сфері журналістики.

Першою гостею в його програмі «Phil Donahue Show» стала затята атеїстка Маделін О'Хейр, з якою Донах'ю обговорив виникнення релігійних конфліктів між учнями коледжів. Відразу ж після цього протягом тижня він представив фоторепортаж із пологового будинку, докладно зупинившись на всіх деталях і обговоривши процес народження немовлят з присутніми в студії [2, с. 13].

Шалена популярність ток-шоу Донах'ю стала надійною мотивацією для інших телеканалів. Так, уже в 1968 р. на каналі ABC запустили програму «The Dick Cavett Show», ведучим якої протягом п'ятдесяти років був Дік Каветт. Прикметно, що його програму транслювали й інші канали (CBS, PBS і USA Network, кабельний канал CNBC і супутниковий TCM) [5, с. 77].

Уже наприкінці 80-х рр. майже на всіх американських телеканалах з'явилися власні ток-шоу. До прикладу, саме в цей час почало транслюватися ток-шоу Опри Уінфрі «The Oprah Winfrey Show», у якому гості розповідали реальні історії зі свого життя, а чимала кількість знаменитостей оприлюднили справжні сенсації. Один із найкращих інтерв'юєрів Ларрі Кінг також створив власне ток-шоу під назвою «Larry King Live», де обговорював актуальні проблеми в прямому етері з політиками, акторами й суспільними діячами.

Українські телеглядачі змогли познайомитися з ток-шоу Філа Донах'ю у 1986 р. завдяки телемосту, котрий поєднав у прямому етері американських і радянських людей. Його передачі називали унікальними, позаяк Філ проводив їх то з в'язниці штату Огайо, то з луна-парку Уолта Діснея, то з пароплава «Міссісіпі Квін», то з п'ятитисячної аудиторії [26, с. 40]. На той час особне місце займали також телепередачі В. Лістьева, К. Максимової,

В. Познера, Е. Сагалаєва та ін. З часу здобуття Україною незалежності й дотепер, переконливо доводять дослідники, ток-шоу «стали існувати як «кальки» західних телепрограм» [42, с. 108], а тому їхня популярність і принципи проведення «мало відрізняються від моделі американської» [42, с. 108].

Зважаючи на те, що політика міцно ввійшла в суспільне життя, цілком виправданим стало виникнення суто політичних ток-шоу, покликаних задовольнити саме політичні смаки загалу. Кожною державою керує своя влада, до якої, безсумнівно, має відношення й опозиція. Крім того, ідеться й про чималу кількість чиновників, котрі створюють законопроекти, лобіюючи свої інтереси. У цьому зв'язку населення не може (та й не хоче) залишатися осторонь. Відтак дослідники заговорили про створення політичних ток-шоу в первісному своєму вигляді, які відносять до специфічного жанру «аудіовізуального витвору, головною метою якого є зосередження уваги глядачів на окремих аспектах політичного життя суспільства» [42, с. 109].

Водночас сьогодні побутує й інша точка зору стосовно джерел походження ток-шоу. Так, Ю. М. Коротченко, Л. Т. Рискельдієва й О. О. Шапіро відстоюють думку про те, що ідейними стимуляторами для політичних ток-шоу стали не інтерв'ю Філа Донах'ю, а різноманітні форми публічних дискусій [34, с. 46]. Дослідниці апелюють тим, що інтерв'ю як специфічний жанр вимагає присутність одного інтерв'юера, котрий так чи так просто висловлює свою точку зору на те чи те питання, при цьому полемічний характер комунікації відсутній. Натомість, переконливо доводять учені, для ток-шоу потрібні декілька героїв, які публічно вступають у полемічну боротьбу. У зв'язку з цим дослідниці вважають, що найближче до сучасних ток-шоу стоять усе ж таки публічні університетські диспути в Середньовіччі та публічна політична полеміка, представлена пресою ХІХ–ХХ ст., яку Ю. М. Коротченко, Л. Т. Рискельдієва й О. О. Шапіро інтерпретують як різновид публічної переписки [34, с. 46].

Більше того, вони розглядають публічну переписку як специфічну форму ток-шоу, позаяк, реконструюючи публіцистичні дискусії з політичним відтінком на сторінках вітчизняних періодичних видань XIX – поч. XX ст., науковці зіставляють їх із стенограмою сучасних ток-шоу. Ю. М. Коротченко, Л. Т. Рискельдієва й О. О. Шапіро маніфестують про те, що в цих узірцях публіцистичної дискусії і в сьгоднішніх ток-шоу можна знайти багато спільного, залишивши репліки гостей студії та прибравши «рамку» діалогу для ведучих і глядачів [34, с. 46].

Подібність середньовічного диспуту, публічної переписки та сучасного ток-шоу Ю. М. Коротченко, Л. Т. Рискельдієва й О. О. Шапіро підтверджують і тотожністю ключових аспектів провідних параметрів формату, адже умови створення тексту у всіх трьох випадках однакові, а саме:

- 1) присутність спірної тези;
- 2) спроба переконати не тільки (і не стільки) опонента, але й усю аудиторію;
- 3) публічне зацікавлення полемікою.

До того ж комунікативна ситуація ставить адресата перед нелегким вибором між двома позиціями, а тому реципієнт (і читач, і глядач) не залишається нейтральним і приймає одну зі сторін. Відтак дослідниці припускають, що антична риторика так чи так «проростає» в сучасне ток-шоу завдяки середньовічному диспуту і публічній полеміці XIX ст. [34, с. 47].

Отже, у сучасному журналістикознавстві немає однастайності науковців щодо темпорального показника джерельної бази для виникнення одного зі специфічних жанрів. Водночас традиційно створення політичних ток-шоу відносять до початку XX ст. і пов'язують з американськими журналістами.

## 1.2. Дефініційні параметри політичних ток-шоу

Натепер відсутнє і єдине визначення поняття «ток-шоу» (від англ. *talkshow* – розмовне шоу). Передовсім розглянемо витлумачення цього терміну в словниках.

У «Словнику журналіста» за загальною редакцією Ю. М. Бідзілі подано таку дефініцію: «ток-шоу (< англ. *talk* – говорити + *show* – показ) – розмовна або розважальна телепередача, побудована як бесіда ведучого з одним або кількома учасниками (часто в присутності аудиторії в студії, яка зазвичай жваво реагує на перипетії мови)» [3, с. 85]. Автори словника принагідно зауважують, що бесіду можуть супроводжувати концертні номери, невеликі відеофрагменти, фотографії, інший зображальний матеріал. Відтак ток-шоу – «імпровізаційна за характером передача, проте вибудовується за ретельно підготовленим сценарієм (сценарним планом)» [3, с. 85].

Укладачі «Сучасного словника літератури і журналістики» пропонують власне інтерпретування, як-от: «ток-шоу (від англ. *talk* – розмова і *show* – видовище, вистава; букв. розмова як видовище) – напрямок у телевізійній журналістиці, змістом якого є інформування глядачів за допомогою «розмови» (діалогу, полілогу) перед телекамерою, а також залучення до обговорення піднятих проблем аудиторії як у студії, так і поза нею (за наявності зворотного зв'язку під час прямих передач)» [12, с. 337]. Автори підкреслюють демократичність та універсальність ток-шоу й наводять розмаїття його жанрів: інтерв'ю, дискусія, бесіда, теледебати, «круглі столи», прес-конференція, «контрв'ю», теленарис, телемости, журналістське розслідування [12, с. 337].

Автори словників іншомовних слів кваліфікують ток-шоу як:

1) «телевізійне інтерв'ю з якоюсь відомою особою, групою осіб, переважно у присутності широкої аудиторії» [27, с. 577];

2) «телевізійне інтерв'ю з якою-небудь відомою особою (політиком, суспільним діячем, актором і т ін.) [1, с. 538];

3) телепередачу, котра ґрунтується на вільному спілкуванні учасників проекту, які обговорюють певну актуальну тему чи проблему [14, с. 671] та ін.

А. Яковець у підручнику «Телевізійна журналістика: теорія і практика» наводить таке визначення: ток-шоу – «це розмовне видовище, під час якого відбувається спілкування ведучого-рефері з учасником (учасникам) програми, запрошеними до студії, а також ведучого-рефері й учасника (учасників) зі студією, та яке передбачає запитання й відповіді, можливий аналіз висловленого з приводу тієї чи іншої теми, визначеної заздалегідь» [46, с. 118].

Узагальнене визначення ток-шоу подибуємо в працях В. Л. Цвіка, який розуміє ток-шоу як розмовну передачу за участю запрошеної в студію аудиторії [40, с. 256].

У свою чергу І. Пуцята визначає ток-шоу як «вид телепередачі, в якому один або кілька запрошених учасників обговорюють теми, які запропонував ведучий, із залученням глядачів у студії й біля телеекранів за допомогою запитань із залу, телефонних дзвінків» [32, с. 39].

Натомість Н. І. Цімох вважає ток-шоу особливим видом журналістики, супроводжуваним дискусією й обговоренням конкретного питання, основна ціль якого – переконати реципієнта у вагомості його думки, у результаті чого глядач зможе надати допомогу у розв'язанні важливих державних проблем [41, с. 63].

О. Г. Ларіна кваліфікує теледискурс ток-шоу як інтерактивний процес мовленнєвої взаємодії телекомунікатора й телеаудиторії зі специфічними національно-культурними особливостями, котрі знаходять свій вияв у ситуації міжособистісної комунікації, ускладненої умовами масового спілкування та інституційним статусом телекомуніканта. Відтак дослідниця витлумачує термін «ток-шоу» передовсім як мовленнєву виставу [22, с. 11].

На думку О. Мітчук, в ідеальному витлумаченні під ток-шоу слід розуміти структуровану й відповідно запрограмовану на одержання конкретного результату бесіду на задану тему [25, с. 341].

Згідно з глибокими переконаннями Н. Островської, натепер політичні ток-шоу найчастіше співвідносять з усім можливим розмаїттям ток-шоу, гостями яких є, безперечно, політики, та в яких особне місце займають політичні теми. Відтак політичні ток-шоу – вагомий канал політичної інформації, який так чи так допомагає глядачам розібратися в актуальних подіях [29, с. 282].

Помічено, що під час наведення відповідних дефініційних параметрів ток-шоу науковці враховують формальні ознаки цього жанру. До прикладу, А. С. Вартанов до таких рис відносить присутність: 1) ведучого програми – це не просто журналіст-репортер, інтерв'юер, коментатор і ін., але й власне шоумен); 2) людини або проблеми як надійного підґрунтя обговорення-дійства; 3) людей у студії, точніше «внутрішніх глядачів», котрі спостерігають і беруть активну участь у дискусії; 4) мільйонної аудиторії перед своїми телеекранами [10, с. 19].

В. Й. Здоровега фокусує особливу увагу на таких характеристиках ток-шоу:

1) гострота – змога порушити актуальні питання політичного (дещо рідше духовного й економічного) життя;

2) діалогічність – уміння вислухати різні погляди;

3) прагнення відшукати істину, досягти консенсусу під час зіткнення відмінних поглядів [16, с. 140].

Класичне ток-шоу, справедливо зауважує І. Вашук, складається з провідних характеристик жанру, виформованих у вигляді трикутника: ведучий – запрошені співрозмовники (експерти) – глядач у студії [11, с. 112]. Натомість І. С. Пуцята, оперуючи спостереженнями Е. Люттих, описує польову структуру ток-шоу [33, с. 47], яке складається з:

1) внутрішнього кола (сюди входять опоненти, з якими редакція попередньо узгоджує суперечливу тему й скрупульозно готує проведення майбутньої дискусії);

2) маленьке зовнішнє коло (запрошені гості, експерти, котрі в потрібний момент «активуються» і переводяться у внутрішнє коло);

3) більше зовнішнє коло (аудиторія в студії, представники якої, безперечно, можуть коментувати почуте);

4) велике комунікативне коло (публіка телеглядачів, котрі беруть участь у дискусії дистанційно, приміром, за допомогою інтерактивних технологій; при цьому редакція програми сортує коментарі чи запитання представників цього найбільшого кола та надає ведучому з метою створення додаткового імпульсу.

Уважаємо цю структуру ідеальною для характеристики політичного ток-шоу як специфічного сучасного жанру.

До жанровизначальних характеристик ток-шоу А. В. Капішнікова відносить:

1) форму діалогічної комунікації з реципієнтом завдяки проведенню інтерв'ю;

2) змогу кожної людини стати безпосереднім учасником окремої події з виформуванням індивідуального типу сприйняття;

3) здатність ведучого створити комфортну атмосферу для спілкування за допомогою цілого ряду особистих якостей (професіоналізму, артистизму, освіченості, красномовству тощо);

4) присутність аудиторії й експертів;

5) наявність приготовленого заздалегідь сценарію [18, с. 10].

З-поміж провідних жанрових ознак ток-шоу Н. В. Ісаєва виділяє все те, що властиве феномену гри, а саме: мотив змагальності, динамічність, атрактивність [17, с. 64]. Дослідниця принагідно зауважує, що політичне ток-шоу є гібридним жанром, у якому технології, керовані психологією телеглядача, зумовлюють інформативність і розважальність, відтак його

основа – «перманентна боротьба представників протилежних таборів, що зближує ток-шоу з теледебатами» [17, с. 64]. При цьому до визначальних факторів, котрі вказують на ефективність політичного ток-шоу, вона зараховує два рівні реалізації концепту: 1) конвенціональний; 2) рецептивний [17, с. 65]. Згідно з її твердими переконаннями, конвенціональний рівень передбачає:

1) авторську концепцію, відображену сценарієм і технологічними конститuentами;

2) уподобання того чи того телеканалу з урахуванням його інформаційної політики, на характер якої можуть впливати власники й інвестори, а також технічне оснащення й побажання рекламодавців;

3) структурну організацію (уже згадуваний трикутник: модератор – гості – аудиторія).

У свою чергу рецептивний рівень зорієнтований головно на уподобання публіки.

Таким чином, незважаючи на дефініційний різнобій, під політичним ток-шоу розумітимемо розмовну телепередачу, вибудовану на основі бесіди ведучого з одним або кількома учасниками на політичну тему, як правило, у присутності аудиторії, котра реагує на дискусії різними методами.

### **1.3. Роль політичних ток-шоу**

Визначення ролі політичних ток-шоу неможлива поза контекстом з'ясування ролі телебачення загалом. На сьогодні політичні ток-шоу, безсумнівно, є центром політичної публічної сфери. Така характеристика, на думку науковців, пов'язана передовсім з їхньою надзвичайною популярністю, максимальним залученням аудиторії та доволі високим рівнем ефективності в умовах формування суспільної думки [34, с. 47].

Водночас не можна оминати увагою і критичну оцінку цього формату. До прикладу, репрезентанти надзвичайно популярної європейської концепції

символічної політики вважають такі ток-шоу «ідеальним форумом для символічної політики» [28, с. 291]. Крім того, принагідно зауважують науковці, ціла когорта дослідників (Т. Меєр, С. Поцелуєв, У Сарцинеллі, Х. Шиха та ін.) указує на постановочну природу політики, а також на «драматизацію, театральність, ритуалізацію, візуалізацію, персоналізацію як ключові форми символічної політики» [28, с. 291]. Останнім часом побутують думки про кризовий стан цього жанру, відсутність довіри як до самих програм, так і до їхніх ведучих. Однак у сучасному журналістикознавстві все ж таки переважна більшість науковців відзначає позитивне рольове навантаження політичних ток-шоу. При цьому особне значення мають соціально-політичні умови тієї чи тієї країни й функціональний потенціал громадського телебачення.

Одне з головних завдань політичних ток-шоу – звернути особливу увагу суспільства на ті чи ті політичні проблеми. Прикметно, що найбільше такі питання вияскравлюють напередодні соціально значущих подій, до прикладу, перед виборами. У цьому зв'язку політичні ток-шоу можна сприймати як певну комунікативну дію, унаслідок реалізації якої в реципієнта формується чи закріплюється стійка позиція стосовно тих чи тих вагомих питань. Однак дослідники відзначають можливість виникнення так званого «подвійного дна», перший рівень якого – репрезентація класичної ситуації публічної дискусії, у якій учасники надають один одному аргументи, націлені передовсім не на опонента, а на саму аудиторію. На другому рівні реципієнтам презентують майстерно відрежисеровану ситуацію, де вже відомі переможці, але в разі непередбачуваних обставин ведучий скеровує дискусію в потрібному напрямку, відтак він може переривати учасників, коментувати все сказане ними, ставити провокаційні питання тощо [34, с. 47–48].

Зважаючи на полярні думки стосовно визначення ролі політичних ток-шоу, висловлених не тільки науковцями й журналістами, але й медіаекспертами, політологами, політтехнологами, видається правомірним

з'ясування позитивних і негативних рис цього жанру. Солідаризуючись з Н. Островською, виокремимо позитивну роль політичних ток-шоу, яка полягає в тому, що вони:

- 1) з часу свого виникнення і дотепер вважаються дієвим інструментом передачі «повідомлення» багато чисельній аудиторії;
- 2) створюють необхідні умови для мобілізації «свого» виборця;
- 3) виступають як комфортний і зручний комунікаційний майданчик;
- 4) функціонують як трибуна, звідки опозиція може безпосередньо донести потрібну їй інформацію до виборців;
- 5) віддзеркалюють справжні обличчя окремих політиків;
- 6) спрямовані на висвітлення невидимих проблем суспільства і пошук різних шляхів їхнього вирішення;
- 7) дають змогу висловити власну думку на певні події в країні, а також обговорити актуальні проблеми суспільного життя;
- 8) слугують засобом установаження зворотного зв'язку між владою і суспільством [28, с. 293].

Безперечно, політичні ток-шоу відіграють позитивну роль, але, як і інші феномени, вони не позбавлені мінусів, як-от:

- 1) використання політиками програмового етеру з ціллю агітації й пропаганди;
- 2) формування віртуальної політичної діяльності (політики займаються не конкретними діями, а риторикою);
- 3) посилена «шоуїзація»;
- 4) інтенсифікація маніпуляцій і нівелювання публічності аж до рівня примітивних конфліктів;
- 5) публічне висвітлення влади завдяки діалогу й прямого етеру;
- 6) дефіцит конструктивізму під час проведення дискусії;
- 7) зосередження особливої уваги на гостях студії, а не на темі чи проблемі;
- 8) піар за допомогою актуальних проблем;

9) підривання довіри до публічної політики шляхом демонстрації одіозних політиків;

10) присутність ознак вистави, керованої режисерами;

11) підривання репутації окремим політикам у зв'язку з їхньою безцільною участю в скандальних «дискусіях»;

12) можливість «сміслового хаосу», котрий зумовлює втрату значення порушених тем;

13) неможливість прямо вплинути на вирішення тієї чи тієї проблеми через відсутність громадянського суспільства [28, с. 294].

У контексті пропонованого дослідження на особливу увагу, безперечно, заслуговує маніпулятивний вплив політичних ток-шоу на публіку.

### **Висновки до першого розділу**

Проблеми виокремлення, кваліфікування й визначення ролі політичних ток-шоу сьогодні є особливо актуальними та не до кінця дослідженими. Відтак у сучасному журналістикознавстві існує чимало дискусійних питань.

Виникнення політичних ток-шоу традиційно пов'язують з іменем американського журналіста Ф. Донах'ю, проте окремі дослідники відшукали витоки ще в період активного проведення дискусій.

Проаналізувавши цілий ряд визначень то ток-шоу, вважаємо, що ток-шоу – це телепередача з елементами дискусії, у якій беруть участь відомі особи. Водночас це ще й інформаційно-розважальна програма. Ток-шоу поєднує у собі ознаки інтерв'ю, дискусії, гри та концентрується навколо особистості ведучого.

Політичні ток-шоу відіграють вагомую роль у суспільно-політичному житті кожного народу, тримаючи глядачів у курсі найактуальніших подій не тільки в своїй країні, але й поза її межами.

## РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКА ТОК-ШОУ В УКРАЇНСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

### 2.1. Політична журналістика та зв'язок з нею політичних ток-шоу

Цілком справедливі зауваження висловлюють науковці, які стверджують, що зустріч з політичною журналістикою неминуха і для політиків, і для політологів, і для звичайних громадян, адже саме політична журналістика є вищим ступенем журналістики загалом [38, с. 34].

Справді, узаємозв'язок ЗМІ з політикою помітний головню у висвітленні політичного життя. У цьому зв'язку масмедійні засоби розглядають як один з інструментів реалізації політичних стратегій на інформаційному ринку. У більш вузькому розумінні політична журналістика – це вияскравлення й аналітика діяльності державних органів управління і соціально-політичних процесів.

Політична журналістика – своєрідна трибуна для найрізноманітніших думок щодо вирішення того чи того питання, порушеного політичними партіями чи групами. Через свою однобічність або упередженість громадська думка може стати небезпечною, позаяк журналістика відіграє роль своєрідного «фільтра» або, навпаки, спрямована на підтримку певних помилок чи стереотипів.

Важливими завданнями політичної журналістики у реалізації громадської думки, згідно з переконливими твердженнями дослідників, є:

- 1) репрезентація поточної політики в очах громадськості;
- 2) забезпечення зворотного зв'язку в системі державного управління;
- 3) підвищення рівня легітимності правлячого режиму;
- 4) соціалізація громадян, котрі входять у сферу політичних відносин [37, с. 283].

Журналістика може сприяти вираженню громадської думки. Так, О. І. Соловійов акцентує на тому, що навіть тоді, коли висловлені

громадськістю позиції та оцінки влада не враховує, вона обов'язково повинна відреагувати на відповідну заяву та зафіксувати своє ставлення.

Помічено, ЗМІ мають більшу змогу активного впливу не тільки на сприйняття громадянами окремих політичних явищ і подій, а й на їхнє відношення до політики загалом. І політична пасивність населення в певному питанні, і його масова активність безпосередньо пов'язані з відповідною позицією мас-медіа. Особливо велика роль ЗМІ в перехідні періоди суспільного розвитку, оскільки без їхньої активної діяльності неможливо змінити політичну свідомість, ціннісні орієнтири й мету широких верств населення, а також добитися масової підтримки політики соціальних перетворень. Такий вектор міркувань політолога О. І. Соловйова спостережено і в цінних зауваженнях відомого дослідника преси Є. Прохорова, як-от: «Можливість успішного «ходіння у владу» засобів масової інформації лежить в самій природі журналістики. Адже вона, як лікар, тримає руку на пульсі життя, ставить діагноз, визначає стратегію і тактику «лікування» ... необхідного для відновлення і підтримки громадського «здоров'я». ЗМІ з позицій, які ними представляють громадські сили, оцінюють стан справ у тих чи тих секторах соціального життя, пропонують поради, а то й висувають вимоги до тих, хто має право приймати обов'язкові владні рішення» [31, с. 11]. Відтак, журналістика – важливий засіб зростання і розвитку мас через усебічну орієнтацію в дійсності, що виражається у формуванні всіх компонентів масової свідомості, а також у безумовному акцентуванні на розвиткові й активізації громадської думки.

Водночас важливо зауважити, що політична журналістика виконує цілий ряд функцій у суспільстві. Принагідно зауважуємо, функції (від лат. *Functio* – виконання, вдосконалення) журналістики «характеризують сукупність її обов'язків і виконаних завдань, спосіб життєдіяльності в суспільстві» [31, с. 44].

Спираючись на наукові розробки вітчизняних і зарубіжних теоретиків ЗМІ, політологів, можна виділити основні її функції, а саме:

- 1) участь і організація соціального партнерства;
- 2) вивчення, репрезентація і формування громадської думки;
- 3) організація громадського діалогу;
- 4) виховання політичної культури у громадян.

Однак окремі вчені, які досліджують масову комунікацію, вважають, що доцільніше виокремлювати не функції журналістики, а функції засобів масової інформації [24, с. 93]. У цьому зв'язку функції ЗМІ та функції журналістики подібні. Суть у тому, що журналістику розглядають, як правило, або як діяльність, що включає збір, обробку і поширення актуальної та соціально значущої інформації, або як соціальний інститут, систему соціального контролю, за допомогою якої здійснюється процес саморегулювання суспільства й управління ним. З іншого боку, ЗМІ і журналістика – не одне і те саме, а їхні функціональні ряди в кожному випадку відмінні. Наприклад, О. Л. Вартанова, аналізуючи аспекти сучасних відносин понять «ЗМІ» та «журналістика», розділяє ці поняття за їхньою суттю і функціональною сферою. Так, суть журналістики – це «виробництво змісту інформаційного характеру (журналістський текст), що характеризується одночасно рисами творчого й індустріального виробництва» [10], а суть ЗМІ – «індустрія, що забезпечує виробництво, упаковку і поширення всіх типів медіатекстів» [10].

Так чи так, але чимала кількість функцій, властивих політичній журналістиці, характерні й для ідеологічних інститутів, однак, переконливо доводить С. Корконосенко, «треба враховувати, що це не власні функції журналістики як унікального соціального явища, а відображення законів і умов діяльності, що склалися поза нею і не в зв'язку з нею» [21, с. 200–201].

Узявши за основу наукові праці П. Бурд'є, В. Ворошилова, С. Корконосенка, Л. Лазутіна, В. Третьякова, В. Сидорова, розглянемо систему загальних функцій політичної журналістики, урахувавши її приналежність до політико-державної сфери, політичного життя суспільства, що відповідає базовим потребам суспільства в цій «системі координат».

1. Інформаційно-комунікативна функція – одна з найважливіших функцій журналістики, яка полягає в отриманні та поширенні відомостей про найвагоміші для громадян і органів влади події.

Інформацію в системі журналістики слід розуміти як сукупність певних відомостей, уміщених у текст, або ж як єдність нових відомостей (про предмети, явища, відносини), котрі нівелюють або зменшують ентропію в уже сприйнятих і частково пізнаних предметах і явищах [21, с. 45]. Інформація, котру знаходить і транслює журналістика, містить не тільки неупереджене, фотографічне висвітлення тих чи тих фактів, але й їхнє коментування та оцінку. Слід зазначити, що не всім відомостям, поширюваним засобами масової інформації, (до прикладу, прогнози погоди, розважальні, спортивні та інші подібні повідомлення) властивий політичний характер.

До політичної інформації відносять ті відомості, які мають суспільну значимість і потребують уваги з боку державних органів або мають на них вплив. На основі отриманої інформації у громадян формується думка про діяльність уряду, парламенту, партій та інших політичних інститутів, про економічне, культурне та інше життя суспільства. Однак необхідно розуміти й те, що сьогодні не можна назвати інформацію, передану ЗМІ, відображенням об'єктивної реальності. Водночас доцільно орієнтуватися на такий вираз: «Уся інформація – це суб'єктивне відображення об'єктивної дійсності. Журналістська інформація не стільки відображає, скільки формує, моделює, констатує дійсність» [8, с. 32].

2. Функція пізнання – це саме та функція, у якій зацікавлені всі члени соціуму, оскільки вона, безперечно, є визначальною для перспективи суспільного розвитку, оцінки його життєздатності та умов подальшого розвитку. «Головне, – аргументовано доводить С. Г. Корконосенко, – щоб пізнання незмінно прямувало на справжню злобу дня, на життєво важливі для соціальної системи об'єкти, а не на третьюрядні явища і процеси» [21,

с. 209]. Одним із засобів реалізації цієї функції слід уважати політичну публіцистику та хроніку подій.

3. Прогностична функція. Необхідний для суспільства аналіз руху подій у політичній сфері найчастіше виявляє в собі прогноз – передбачення майбутнього. У цьому зв'язку, виникає ще одна функція політичної журналістики – прогностична, яку розглядаємо як самостійне призначення і специфічну роль політичної журналістики.

4. Освітня (або просвітницька) функція. Справді, чимала кількість журналістів, які спеціалізуються в політичній журналістиці, виступають як просвітителі та оратори і будують свої докази на широкому історичному, етнографічному, теологічному й культурологічному матеріалі, використовуючи при цьому архівні та навіть літописні джерела.

Ця функція знаходить свій вияв у повідомленні громадянам знань, які дозволяють адекватно оцінювати й упорядковувати відомості, отримані зі ЗМІ та інших джерел. Мас-медіа, супроводжуючи людину протягом усього її життя, значною мірою впливають на сприйняття нею політичної і соціальної інформації. При цьому під виглядом політичної освіти у людей можуть формуватися і псевдорациональні структури свідомості, що спотворюють реальність при її сприйнятті.

5. Культуроформуюча функція – функція, основним завданням котрої є формування політичної культури, а також культури поведінки проведення пропаганди й агітації тощо. Важливою особливістю цієї функції можна вважати і специфіку роботи журналіста, яка в своїй основі містить «служіння істині і праву». Як зазначає В. О. Сидоров, «специфіка роботи включеного в політичну діяльність професіонала-журналіста неминухо перетворює його особисті якості в такі, які можна вважати якщо не суспільно значущими, то такими, котрі мають відношення до формування цінностей суспільства» [36, с. 157].

6. Контрольна функція. Натепер журналістика, безсумнівно, контролює політичну діяльність, пропускаючи її через свої так звані «фільтри».

Акцентуючи увагу на окремих елементах політичного процесу, вона відводить їм особне місце, підвищуючи цінність однієї ідеї і водночас знецінюючи іншу, відтак поляризуючи політичний простір. Основне підґрунтя цієї функції – авторитет громадської думки. Хоча ЗМІ, на відміну від державних і господарських органів контролю, не можуть застосовувати адміністративні або економічні санкції до порушників, їхній контроль часто не менш ефективний і навіть суворіший, оскільки вони дають не тільки юридичну, але й моральну оцінку тим чи тим подіям і особам [7, с. 78].

Потреби партій, рухів, громадських організацій відображені в пропаганді своїх статутних цілей, критиці дій супротивників і викритті опозиції та залученні в свої ряди нових прихильників. На задоволення цих потреб спрямовані наступні функції журналістики.

7. Пропагандистська функція. Відомо, пропаганда (від лат. *propaganda* – поширювати) – це поширення політичних, філософських, економічних, технічних й інших знань та ідей, а також естетичних і морально-етичних цінностей. Певною мірою ця функція близька до просвітницької. Журналістська пропаганда направлена на суспільну свідомість [21, с. 210]. Принагідно слід зауважити, що пропаганда передовсім апелює навіть не до суспільної свідомості, а до світогляду як системи принципів, ідеалів, переконань, котрі визначають ставлення до природи, суспільства і людини.

8. Агітаційна функція відмінна від пропаганди більшим рівнем конкретності матеріалу, оперативністю, але меншою мірою теоретичних узагальнень. Не випадково в літературі можна зустріти збірний термін – «агітаційно-пропагандистська» функція, на що вказує С. Корконосенко [21, с. 215], аналізуючи зв'язок таких структурних елементів свідомості як думка, світогляд і світовідчуття, що є важливими об'єктами агітації і пропаганди.

9. Функцію критики в політичній системі здійснюють не тільки мас-медіа, але й опозиція, а також спеціалізовані інститути прокурорського, судового й інших контролів. Однак журналістська критика відрізняється широтою або навіть безмежністю свого об'єкта. Безперечно, функція

критики надає владі неабияку змогу виявити ті чи ті недоліки, поглиблено їх переосмислити і вчасно вжити необхідних заходів для їхнього усунення.

10. Основна мета організаційної функції – домогтися певних зрушень у практиці різних соціальних, політичних практик. Важливою особливістю цієї функції є досягнення цієї цілі завдяки організації безпосереднього спілкування і взаємодії людей, а також вивчення зворотних зв'язків ЗМІ. Засоби масової комунікації можуть спричинити ті чи ті соціальні дії в середовищі життєдіяльності своєї аудиторії шляхом аналізу фактів і явищ поточної дійсності, критики недоліків, рекомендацій щодо їхнього усунення, показу найближчих і майбутніх цілей суспільного розвитку.

Наслідком комунікації членів аудиторії стосовно такої інформації стає поява конкретних соціальних дій людей, залучених у комунікативне поле, що, власне, і є реалізацією організаторської функції журналістики. При цьому, як зазначають дослідники, саме в цій функції «помітна роль журналістики як «четвертої влади» в суспільстві» [31, с. 47].

11. Мобілізаційна функція. Усі розглянуті вище політичні функції журналістики об'єднані мобілізаційною функцією (або прямо, або побічно сприяють її здійсненню). Ця функція знаходить свій вияв у спонуканні людей до певних політичних дій (або свідомої бездіяльності), у залученні їх в політику. Журналістика має величезний потенціал впливу на розум і почуття людей, на їхній спосіб мислення, способи і критерії оцінок, стиль і конкретну мотивацію політичної поведінки [44].

Крім вищезазначених функцій політичної журналістики можна було б назвати так звані «сірі» та «чорні» функції: використання публіцистики в ході виборчих кампаній із застосуванням функцій компрометації та дискредитації своїх супротивників, коли можливе використання сумнівних з точки зору політичної коректності й моралі засоби і методи політичної боротьби. Або ж функція міфологізації, пов'язана з чутками, плітками, легендами, варіаціями на тему конструювання «образу ворога» тощо, яка підштовхує ЗМІ до формування в суспільстві міфологічної свідомості.

Прикметно, у різних дослідженнях функцію міфологізації розглядають як одну з найважливіших функцій сучасних ЗМІ (Г. Мельник, Г. Почепцов, В. Третьяков та ін.). Часто ідеологічне забарвлення тексту, виступи в тій чи тій мірі міфологічні. Так, «журналісти іноді вважають себе руйнівниками політичних міфів. Але в той же час часто вони самі грають визначальну роль в поширенні цих міфів» [39, с. 40]. Як відмічає О. Єліна, «така колізія властива сучасним мас-медіа, змушує журналіста оцінити міру своєї участі у формуванні суспільної свідомості і сприяє поширенню міфу віддати перевагу просвітницькій функції журналістики» [15, с. 186].

Від того, яку інформацію, у якій формі і з якими коментарями отримують суб'єкти політики, залежать їхні подальші дії. Відтак журналісти не тільки відбирають отримані з різних інформаційних каналів відомості, але й самі відшуковують, оформляють, коментують і розповсюджують їх.

Практично всі функції журналістики так чи так упливають на свідомість громадськості, а, значить, і формують її. На відміну від політизованої журналістики радянського періоду, обумовленої моноідеологічною системою політики партії, а також на відміну від руйнівного характеру ЗМІ кінця ХХ століття, у сучасному світі конструктивність політичних функцій журналістики проявляється в заповненні вакууму політичної системи. Усім ЗМІ властиві єдині функції, але вони реально виконуються залежно від політичної та професійної позиції журналіста.

Журналісти, котрі безпосередньо висвітлюють політичне життя, мають певні професійні характеристики. Вони є дійовими особами політичної журналістики, класифікацію яких пропонує В. Сидоров:

1) політичний кореспондент (репортер, оглядач, коментатор, ведучий ток-шоу тощо) виступає як автор журналістського тексту, організатор і редактор політичного матеріалу;

2) публіцист (політик, юрист, діяч культури й ін.), автор виступу в ЗМІ, запрошений в студію за рекомендацією кого-небудь із учасників політичної комунікації;

3) політтехнолог (організатор компетентних матеріалів публіцистів чи професійних журналістів);

4) аудиторія, яка споживає політичну інформацію, включається в інформаційні відносини з редакцією і висловлює свої думки з політичної проблематики [36, с. 240].

Усі перераховані функції політичної журналістики найбільш повно реалізують телевізійні суспільно-політичні програми. Така закономірність зумовлена специфікою, місцем і роллю телебачення в житті сучасної людини. У цьому зв'язку ідеться про два головні аспекти телебачення. Перший – телебачення наймасовіший вид ЗМІ, оскільки поширює інформацію про актуальні й значущі явища і процеси. Другий – володіння максимальною силою емоційного впливу на аудиторію, що забезпечує ефективний процес сприйняття інформації. Завдяки зусиллям тележурналістики формується громадська думка, а під її тиском приймаються необхідні закони і рішення, змінюється хід розвитку подій, пропонуються шляхи запобігання тих чи тих негативних наслідків, аналізується політичний матеріал.

## **2.2. Диференційні параметри політичних ток-шоу**

Відомо, що класичну формулу жанру ток-шоу створив свого часу американський журналіст Ф. Донах'ю. Надійними конститuentами запропонованої формули є:

1) харизматичний ведучий;

2) гості;

3) аудиторія, котра бере активну участь у обговоренні тієї чи тієї актуальної політичної проблеми [29, с. 283].

Сучасний стан політичних ток-шоу все ж указує на потребу виділення ще одного універсального складника – інфотейнменту, адже сучасні автори зорієнтовані ще й на розважально-видовищний характер ток-шоу, оскільки для певної частини глядачів, можливо, це єдиний спосіб включення їх в обговорення політичних питань.

У сучасному журналістиковознавстві відсутні єдині диференційні параметри політичних ток-шоу, відтак ідеться про існування різних типів і моделей. Так, М. Є. Майорова й О. В. Чекмишев диференціюють політичні ток-шоу на основі темпорального й тематичного критеріїв. У цьому зв'язку дослідники виокремлюють три групи, як-от:

- 1) щоденні (головно вечірні, у прайм-таймі);
- 2) щотижневі (підсумкові);
- 3) до певної дати / події;
- 4) підсумкові [23, с. 335].

«Час. Підсумки дня» на «5 каналі» – яскравий приклад щоденного політичного ток-шоу, котре висвітлює головні політичні події і новини, які відбулися за день. На «5 каналі» ця програма виходить в етер ще з 2012 р., а тому ведучими були: В. Гайдукевич, Т. Даниленко, Я. Конотоп, А. Мірошніченко, В. Сюмар, С. Цеголко, Р. Чайка та ін. Прикметно, що перші випуски оцінені неоднозначно, оскільки нарівні з позитивними відгуками висловлювалася й критична оцінка стосовно структурних особливостей і змістового наповнення програми. Крім того, це ток-шоу вважали подібним до номінації «Підсумки дня» на «UA : Першому» і до тематики й формату іншого політичного ток-шоу «5 каналу» «Республіка» з А. Безуглик. Родзинкою програми стала присутність двох ведучих з розподіленими заздалегідь ролями (один із них – за владу, другий – за опозицію), проте з часом у ток-шоу залишилася тільки одна ведуча [43].

Одним із популярних щотижневих українських політичних ток-шоу є програма «Свобода слова» на «ICTV», яка вперше вийшла в етер у 2005 р. зі славнозвісним ведучим С. Шустером. Однак уже через два роки його місце

зайняв А. Куликов, а ще через дев'ять – В. Карп'як. Принагідно слід зауважити, що це політичне ток-шоу лідирує з-поміж інших за кількістю премій Телетріумф. Програму можна дивитися щопонеділка ввечері, гостями якої, як правило, є політики, політологи, оглядачі, журналісти, а також умовна «тест-група» зі 100 глядачів, які фіксують свою реакцію на події в студії за допомогою пультів [35].

Окремі політичні ток-шоу були приурочені до річниці Голодомору, присвячені Помаранчевій революції або ж проходили у вигляді телевізійних телемарафонів між політичними лідерами. Але особне місце науковці відводять підсумковим політичним ток-шоу, на які зосереджена увага як аудиторії, так і учасників, позаяк у них підводять підсумки актуальних подій за тиждень. До прикладу, свого часу надзвичайно популярним стало суспільно-політичне ток-шоу «Шустер LIVE» з ведучим С. Шустером, котре виходило з 2008 р. Гостями програми була чимала кількість відомих політиків, політологів, журналістів, мистецьких діячів, представників громадських організацій тощо. Творці ток-шоу надавали вагоме значення розміщенню гостей, відтак вони розташовували їх у дві лінії залежно або від політичної сили одна напроти одної (парламентська більшість / опозиція, праве / ліве спрямування), або ж від позиції відносно обговорюваних проблем. Поміж цими двома рядами розміщений мікрофон, до якого підходили ті чи ті учасники для виступу. Під час обговорення конкретного питання глядачі голосують «за» чи «проти» позиції мовця. Родзинками цього політичного ток-шоу стала присутність VJ- коментатора та музична кінцівка з відомими виконавцями (Ю. Андруховичем, Т. Кароль, С. Лободою, Н. Матвієнко, а також гуртами «Karbido», «Vacuum» та ін.) [35].

Як наголошують М. Є. Майорова й О. В. Чекмишев, постійна жага до високих рейтингів, безсумнівно, зумовлює інтенсивне використання розважальних конститuentів, а тому в таких ток-шоу найчастіше форма домінує над змістовим наповненням. Існування таких узірців дає надійні аргументи стверджувати про вичленення особливих суспільно-політичних

ток-шоу за моделлю інфотейменту з одночасних функціонуванням просвіти та розваги [23, с. 335–336].

З іншого боку, постійна участь у тому чи тому політичному ток-шоу одних і тих самих учасників (політиків, експертів) свідчить про можливість виокремлення ще й моделі «політичного театру», провідна риса якої – «постійний склад основних учасників із визначеними комунікаційними ролями та сприятливими умовами для самопрезентації» [23, с. 336].

Н. Островська значно розширює модельний ряд сучасних політичних ток-шоу, виділяючи додатково ще такі моделі:

1) публічної презентації влади – модель можлива за умови трансформаційних процесів у форматі програми (наприклад, виступ-монолог відбувається у першій частині ток-шоу, а дискусія-діалог – в окремому блоці) [29, с. 283];

2) медіагри – структурні особливості нагадують організацію давніх ігор змагального характеру, основне підґрунтя яких – конфлікт і протистояння декількох сторін [29, с. 284];

3) активного посередника в суспільному діалозі – провідною умовою таких політичних ток-шоу є дотримання ліберального комунікаційного варіанту [29, с. 284];

4) конфлікту й консенсусу – успішно реалізується, як правило, в конструктивній дискусії [29, с. 284].

Н. Островська запропонувала також оптимальну модель сучасного політичного ток-шоу, звернувши особливу увагу на основні їхні організаційні принципи, обов'язковий компонентний склад, структурні взаємозв'язки. Розглянемо конститuentи цієї узагальненої моделі удокланено:

1) тема – найактуальніші політичні проблеми дня або тижня;

2) головна мета – деталізовано репрезентувати окреслену проблему, визначити причини її появи, умотивувати присутність задіяних осіб, спрогнозувати розвиток з позицій інтересу глядача;

3) склад і роль учасників – для розуміння глядачем того, як та чи та ситуація стосується його особисто: 1) ньюзмейкери – представлення тієї чи тієї політичної позиції, її аргументація; 2) експерти – адекватне оцінювання почутого від ньюзмейкера, розставлення акцентів; 3) журналісти – постановка жорстких і водночас точних запитань, допомога аудиторії в отриманні максимальної кількості інформації від ньюзмейкера та від експертів (за потреби); 4) аудиторія – презентація глядацьких інтересів; 5) ведучий – дирижування й координування дискусії в такому вигляді, щоб кожен глядач мав змогу отримати якнайбільше інформації [29, с. 284–286].

Солідаризуюся з думкою І. Пуцяти про те, що тому чи тому політичному ток-шоу потрібно дозувати рівень розважального елемента та дотримуватися рівноваги між просвітництвом і розвагою, адже «глядач має отримувати інформацію доволі несподівану, щоб бути цікавою, проте не настільки дивну, щоб породжувати непорозуміння і руйнування спілкування» [32, с. 39].

Таким чином, сьогодні про вичленення єдиних диференційних параметрів політичних ток-шоу не йдеться. Дослідники класифікують ці програми за різними критеріями, однак традиційним є їх поділ на щоденні, щотижневі, підсумкові й приурочені певній події.

### **2.3. Композиційна специфіка політичних ток-шоу**

Для політичних ток-шоу властиві певні однакові параметри. Солідаризуючись з Н. В. Кондратенко, виділяємо такі спільні риси:

- 1) постановка актуального питання для обговорення;
- 2) активна позиція ведучого-модератора;
- 3) виступи політиків, запрошених на програму;
- 4) оприлюднення студійної дискусії між усіма учасниками (ведучим, запрошеними політиками, експертами);
- 5) презентація реакції реципієнтів [20, с. 61].

Водночас політичні ток-шоу подібні й своєю структурною організацією. До їхньої композиційної структури входять:

- 1) зачин;
- 2) розвиток;
- 3) кульмінація;
- 4) розв'язка [22, с. 12].

Розглянемо їх удокладнено. Помічено, традиційно зачин передбачає:

- 1) привітання ведучим аудиторії;
- 2) формулювання теми ток-шоу;
- 3) представлення гостей та експертів.

Саме такий початок спостерігаємо, до прикладу, у ток-шоу «Право на владу» з ведучою Наталією Мосейчук: *Вечір добрий! «Право на владу». Канал «1+1». Як завжди, в цій порі. Я зараз хочу скористатися службовим становищем і передати найкращі побажання людині, яка зараз хвора на COVID. Це прекрасна людина, чудовий лікар і вже наша колега. Це Катерина Булавінова. Катю, я знаю, що ви зараз не в своєму кращому стані, але ви сьогодні з нами подумками. І ви сьогодні мали б бути на нашому ефірі і ви дали нам ідею сьогоднішньому ефіру, за що я вам дуже вдячна. Тема програми сьогодні: «Локдаун для «чесних людей». Я дуже-дуже хотіла б, щоб ми почали якраз зі слів Катерини Булавіної, але спочатку я представлю наших гостей...* («Право на владу» від 04.12.2020 р. на каналі «1+1»; <https://cutt.ly/8hn39pL>).

Водночас спостерігаємо й певні варіації. Так, ведуча випуску ток-шоу «Велика політика» Анна Мірошниченко вітається: *Добрий вечір! Це «Велика політика» на п'ятому. Тут має слово кожен, ну а ви вже робить свої висновки.* Далі вона відразу ж переходить до ознайомлення аудиторії з сьогоднішньою темою: *Зарано сьогодні ще говорити про те, чи розірве ланцюг захворюваності карантин вихідного дня. Маю на увазі минулої суботи та неділі. Але те, що він вдарив вже по малому та середньому бізнесу – це факт. І ось за минулі вихідні ресторани порахували, що вони вже*

втратили 27% від свого обігу. Що ж буде далі? Коли нам очікувати на повний локдаун? Про це будемо говорити сьогодні у студії з народними депутатами. Вони спілкуються з урядовцями і точно знають, чи закриють найближчим часом Україну («Велика політика» від 18.11.2020 р. на «5 каналі»; <https://cutt.ly/Rhn0DbP>). Знайомство ж із учасниками здійснюється не відразу, а в процесі обговорення проблеми.

Інші ведучі спочатку вдаються до активізації реципієнтів шляхом постановки цілого ряду запитань, спрямованих на формулювання теми, випускаючи вітання. Наприклад, у одному з випусків політичного ток-шоу «Свобода слова» ведучий відразу ж ставить питання одне за одним: *Якими будуть пенсії та зарплати у 2021 році? Що станеться із субсидіями, адже комуналка росте і хто їх отримає? З яким бюджетом зустрінемо Новий рік? І чи стане у ньому грошей, аби поборотися з наслідками епідемії?* Це головні теми сьогоднішньої «Свободи слова». Далі відбувається представлення ведучого: *Мене звати Володимир Павлюк. Я замість Вадима Карп'юка. Він ще на самоізоляції.* З учасниками знайомство відбувається протягом ведення обговорення («Свобода слова» від 30.11.2020 р. на каналі «ICTV»; <https://cutt.ly/rhnBVYU>).

Спостережено, що для зачину політичного ток-шоу властивий монологічний виклад матеріалу. Репрезентація теми та потенційних учасників відзначаються інформативним характером і слугують водночас інтригою для реципієнтів.

Розвиток політичного ток-шоу – це вже безпосереднє обговорення визначених тем, репрезентація різних точок зору гостями програми. До прикладу, в уже згаданому останньому випуску «Свободи слова» (<https://cutt.ly/rhnBVYU>) власні погляди висловили: Голова Верховної Ради України Дмитро Разумков, міністр охорони здоров'я України Максим Степанов, народний депутат і голова фракції «Слуга народу» Давид Арахамія, народна депутатка від фракції партії «Слуга народу» Леся Забуранна, колишній прем'єр-міністр і чинний лідер партії «Українська

стратегія Гройсмана» Володимир Гройсман, народний депутат та заступник голови фракції «Голос» Ярослав Железняк, народний депутат і заступник голови фракції ВО «Батьківщина» Сергій Соболев.

Загалом на виступи запрошених політиків виділяють, як правило, 3-10 хвилин. Принагідно слід зауважити, що виступи мають монологічну форму викладу, а тому спрямовані на досягнення специфічної мети – чітко репрезентувати позицію того чи того політика стосовно обговорюваної проблеми. Виступи окремих гостей часто бувають в режимі прямого включення. Наприклад, у випуску «Свободи слова» віце-спікерка парламенту, яка тимчасово виконує обов'язки Голови Верховної Ради, Олена Кондратюк озвучувала власну позицію саме таким шляхом: *Перш за все я би хотіла сказати нашим глядачам, що Верховна Рада працює в звичному для неї режимі і для нас, звичайно, основним на порядку денному мають бути всі питання, які стосуються життєдіяльності людей. Це і посилення боротьби з пандемією, про яку ви тільки що говорили, і, звичайно, соціальні питання, і захист малого та середнього підприємництва...* («Свобода слова» від 16.11.2020 р. на каналі «ICTV»; <https://cutt.ly/thn4qY0>).

Після виступу кожного учасника, як правило, відбувається дискусія, протягом якої як учасники, так і глядачі можуть поставити запитання доповідачу та взяти активну участь в обговоренні, як-от: 1) учасник – Борислав Береза: *Почнемо з того, що, пан Гетманцев, сьогодні рівно рік, як пан Зеленський обіцяв знизити тарифи. Як там з обіцянкою Зеленського, я не дуже знаю. Але, дивлячись на бюджет, можу гарантувати, що тарифи і не зменшаться. І ви розумієте, чому?* («Народ проти» від 03.12.2020 р. на каналі «Україна 24»; <https://cutt.ly/ahn4K1m>); 2) глядач – Іван Кудрявський: *По-перше, дякую всім журналістам і всім, хто зміг допомогти набрати цього розголосу, який зараз є...* («Народ проти» від 03.12.2020 р. на каналі «Україна 24»; <https://cutt.ly/ahn4K1m>).

У процесі дискусії в учасників виникає змога не тільки поставити запитання, але й прокоментувати попередні виступи, оцінити й висловити

власне ставлення до почутого. Уже на цьому етапі провідна форма викладу матеріалу – діалог, позаяк відбувається активний і постійний обмін репліками.

На думку Н. В. Кондратенко, основні завдання присутніх на цьому етапі – це:

- 1) уточнення основних тез попереднього виступу;
- 2) мотивація учасника-оратора висловитися без попередньої підготовки з подальшим вияснюванням представленої позиції;
- 3) пошук проблемних питань у виступі.

У цьому зв'язку дослідниця постулює: «Останнє завдання може бути реалізовано як мовленнєва провокація: поставлені питання не тільки стосуються виголошеної доповіді, а апелюють до особистості політика або його певних дій чи загалом поведінки в політичному просторі» [20, с. 62–63]. Наприклад, Андрій Осадчук – народний депутат від фракції «Голос»: *Виступ Шмигала – класичний приклад провалу комунікації. Пояснюю чому: тому, що вся історія боротьби з COVIDом – це алогічні рішення. Ми про це сьогодні вже багато казали, да? Віталій Володимирович Кличко каже: «Ідем на футбол», тепер – «Не йдем на футбол» і так далі. Купа було всього. Люди не вірять і не розуміють. І зараз в критичній ситуації... Ви уважно слухали, що казав Шмигаль? Він не назвав жодної цифри. Тобто він каже: «Ми компенсуємо, ми зробимо...». І він багато вживав майбутнього часу...* («Політклуб Віталія Портникова» від 13.11.2020 р. на «5 каналі»; <https://cutt.ly/nhn5129>).

Згодом на перший план виходить полілогічна розмова, яку, безперечно, координує ведучий, при цьому полілоги стислі: Вадим Івченко – народний депутат від ВО «Батьківщина»: *І ми розуміємо, людина, яка хоче ефективно працювати на місцевому самоврядуванні і не може із-за тиску правоохоронних органів.* Анна Мірошниченко – ведуча: *Дякую, Вадиме. Дуже коротка репліка, пані Євгенія, будь ласка. Якщо можна, то дуже коротко і потім далі до пані Олі.* Євгенія Крачук – заступниця голови фракції «Слуга

народу): *Репліка про те, що пан Вадим сказав?* Анна Мірошниченко: *Реагуйте!* Євгеня Кравчук: *Ні, ви знаєте, тут я можу реагувати на будь-яку репліку...* («Велика політика» від 23.09.2020 р. на «5 каналі»; <https://cutt.ly/jhmqqfB>). Принагідно зауважуємо, що такі полілогі можуть відбуватися і за участю ведучого, і без неї.

Дослідники аргументовано доводять, що етап полілогів репрезентує так звану спонтанну комунікативно-поведінкову реакцію політиків, а тому часто мають місце різноманітні конфлікти, скандали, звинувачення тощо. За таких умов, додають науковці, дискредитивна й заперечувальна стратегії на цьому етапі є провідними: «політики намагаються заперечити висловлення опонентом положення, критикують співрозмовників, іноді принижують і звинувачують одне одного» [20, с. 63]. Наприклад, Борислав Береза: *Точка зору в вас змінилася тоді, коли змінилося місце сидіння? На жаль, ми зараз бачимо підлабузництво найеталоннішого порядку. І те, що ми бачимо зараз, – це ганебно, тому, що коли люди навколо Зеленського намагаються йому підсунути варіанти, що «А давай ми з тебе царя зробимо»... Ну то... то я можу сказати: в цього «царя» є свій кабмін, своя монобільшість, свій Генпрокурор, свій голова СБУ, свій... свої голови всіх областей в країні...* («Ехо України» від 13.11.2020 р. на каналі «Прямий»; <https://cutt.ly/DhmqMOM>) або Тарас Чорновіл: *Чим більша концентрація влади в одних руках, тим гірший і тим більший хаос. Були проведені статистичні серйозні дослідження: коли був найнижчий відсоток виконання наказів, розпоряджень, інших рішень президента. Усі кажуть: «О, напевно ж, при Ющенку». Найбільше розгульство демократії, ніхто нічого не контролював... Ні, при Ющенку був дуже хороший відсоток. При Януковичу... Януковичу, який зумів сконцентрувати в своїх руках найбільше влади, рівень виконання наказів був найнижчий, тому що була зруйнована інституційна цілісність держави. І оце, що пропонують, – це руйнування цілісності держави. І зовсім останнє: сама ініціатива позбавлена сенсу, тому що немає жодного механізму її реалізувати. Це просто «хотелка». На*

*цей випадок, коли я був ще малий, у нас в школі була одна така хороша фраза: «Пришиї собі гудзик. – Чого? – Щоб губа не розкатувалася». От хай собі пришиють обидва гудзик і заспокояться («Ехо України» від 13.11.2020 р. на каналі «Прямий»; <https://cutt.ly/DhmqMOm>).*

Суперечки між учасниками можуть перетинати межі етеру й продовжуватися вже за лаштунками, переростаючи інколи навіть у сутички й бійки (наприклад, К. Стогній і Ю. Гримчак, О. Вілкул та В. Парасюк та ін.). На думку науковців, такі конфлікти аудиторія сприймає як продовження політичного ток-шоу: «Це вже стає одним із складників політичних ток-шоу: політичні опоненти демонструють вихід поза межі формату телевізійної програми, наголошуючи на «справжності», реальності своїх дій» [20, с. 64]. У такий спосіб, додає Н. В. Кондратенко, «нівелюється думка про умовність політичних дій в ефірі, про їх замовний і підготовлений характер, проте насправді і цей позастудійний «екшен» також є елементом ток-шоу» [20, с. 64].

Ще одним надзвичайно важливим композиційним елементом будь-якого політичного ток-шоу є його кульмінація. Так, у останньому випуску «Свободи слова» (від 30.11.2020 р. на каналі «ICTV»; <https://cutt.ly/rhnBVYU>) таким моментом стало обговорення питання прийняття державного бюджету, адже воно викликало найсильнішу емоційну напругу в учасників програми.

Останній композиційний конститuent – розв’язка, яка традиційно складається з: 1) слів подяки усім учасникам програми; 2) презентації підсумків; 3) прощання [22, с. 13]. Однак і тут можна спостерігати відхилення, спричинені різними чинниками. До прикладу, в уже згадуваному випуску «Свободи слова» у зв’язку з недотриманням часових рамок виступу деякими учасниками ведучому довелося зупинити висловлення Володимира Гройсмана та швиденько закінчити етер: *Як дожити з цим бюджетом? Як будемо жити з наступним бюджетом? У нас дуже багато питань, які ще будуть потребувати відповідей. І в наступній «Свободі слова» ми продовжимо, напевно, ці дискусії... в наступних «Свободах...». Я дякую за*

*те, що ви були у нас в гостях. Прощаймося до наступного понеділка. До побачення!* («Свобода слова» від 30.11.2020 р. на каналі «ICTV»; <https://cutt.ly/rhnBVYU>).

Отже, будь-яке політичне ток-шоу чітко структуроване. Звичайно, та чи та програма допускає певні варіації, однак традиційно всі політичні ток-шоу мають чотирикомпонентну побудову.

#### **2.4. Основні типи учасників політичних ток-шоу**

Безперечно, в усіх без винятку політичних ток-шоу особне місце займає ведучий, який активно керує перебігом дискусії. Він має право не тільки надавати слово тим чи тим учасникам, але й переривати їхній виступ, корелювати відповідні дії тощо. Водночас ведучий контролює емоційну атмосферу програми, залишаючись при цьому нейтральним і об'єктивним.

Спостережено, що в політичних ток-шоу ведучими можуть бути як чоловіки, так і жінки. Але спільним для всіх є дотримання відповідного стилю ведення програми, сформованого на принципах офіційного спілкування. При цьому в його межах модератори застосовують ще цілий ряд комунікативних стилів, як-от:

1) інструментально-афективний (спілкування в студії, як правило, серйозне та доволі конструктивне з нечастим застосуванням специфічних інструментів знаття напруги – жартів, різноманітних знаків симпатії тощо);

2) захоплюючий (ведучий репрезентує зацікавленість у спілкуванні із запрошеними політиками за допомогою цілого ряду невербальних засобів – міміки, жестів та ін.);

3) заспокійливого, опосередкованого (ведучий звертається до гостей програми як до яскравих представників соціальних, політичних чи інших груп);

4) ділового (модератор орієнтує учасників на позитивні рішення стосовно тієї чи тієї проблеми) [19, с. 121].

Науковці відзначають, що до ведучого політичного ток-шоу висуваються підвищені вимоги, адже він, зазвичай, є водночас і автором програми, а тому ведучий вигадує ідею, розробляє типовий сценарний план, представляє інтер'єрні рішення, визначає запрошених гостей, укладає питальники для бесіди з ними тощо. Команда ж працює на його «розкрутку». При цьому вагому роль відіграють:

- 1) інтелект та освіта;
- 2) зовнішня привабливість і чарівність;
- 3) уміння швидко орієнтуватися в студійних ситуаціях;
- 4) навички реагувати на емоційний настрій і налаштованість публіки;
- 5) уміння точно резюмувати та ін. [12, с. 338].

Вагоме значення в політичному ток-шоу мають і вміння ведучого вести бесіду, адже важливо, щоб він не відхилявся від теми, створював усі можливості для учасників, котрі повинні висвітлити власну позицію, утримував межі дотримання комунікативних норм. Крім того, ведучий, з одного боку, повинен дистанціюватися від подій і переконань опонентів, а з другого – не стати простим фіксатором їхніх думок.

Принадно слід зауважити, що днією з важливих стратегій, що повинні реалізуватися під час мовної діяльності ведучого під час дискусійних ток-шоу є стратегія економії ефірного часу. Її втілюють в різні тактики і прийоми (Додаток Б).

У політичних ток-шоу роль ще одних учасників – глядачів – доволі специфічна. Цінні спостереження в цьому зв'язку висловлює Н. І. Цімох: «Народ» у програмі користується особливим авторитетом – це конструкція, до якої апелюють усі ведучі. «Народ» пояснюється як джерело найбільш зважених і адекватних вирішень проблеми. Великою перевагою народу є його «простота». Це також один із елементів, який робить ток-шоу таким популярним, адже глядачі в студії надають ток-шоу рис «народності» і «зближеності» [42, с. 110].

Спостережено, глядачі можуть брати як пасивну, так і активну участь в обговоренні. Крім того, саме аудиторія створює атмосферу публічного спілкування. Ідеться передовсім про різноманітні емоційні реакції глядачів (аплодисменти, викрики задоволення / невдоволення тощо). Часто окремі представники глядацької зали ставлять запитання гостям програми, виражають власне ставлення [19, с. 122–123].

У студії окремих політичних ток-шоу внутрішня аудиторія має змогу оцінити ті чи ті аргументи політиків завдяки технічному оснащенню. Публіка може послуговуватися пультами для проведення голосування в прямому етері, результати якого виводять на екран. На думку Р. Білоус така роль аудиторії відносно пасивна, адже «люди в студії в основному статисти» [4, с. 116].

Звичайно, не кожна звичайна людина здатна самостійно чітко й коректно сформулювати питання чи правильно проголосувати за допомогою пульта. Творці того чи того політичного ток-шоу, безсумнівно, враховують усі ці нюанси, а тому сьогодні вже існує особлива посада – модератор. Модератором є людина, яка працює на «підігрів» аудиторії. У обов'язки модератора входить:

- 1) ознайомлення публіки з ходом програми;
- 2) роз'яснення ролі глядачів;
- 3) мотивація глядачів вступати в діалог;
- 4) виявлення людей, котрі бажають висловити власну думку;
- 5) демонстрація користування пультами голосування [42, с. 110].

Більше того, модератор перебуває в залі від самого початку й до кінця передачі, слідкуючи за перебігом програми й першим аплодуючи в потрібних місцях бесіди.

У сучасному журналістикознавстві існує підхід до диференціації глядачів політичних ток-шоу на декілька груп, а саме: 1) люди, обрані авторами й редакторами програми та запрошені в студію; 2) представники

публіки, котрі займають місця в студії, звідки передача виходить в етер;  
3) широка глядацька аудиторія біля екранів своїх телевізорів [6, с. 97].

Крім того, зважаючи на різнорідний характер публіки, доцільно виокремити такі категорії адресатів:

1) основний – прямий (адресат, якого ведучий експліцитно вважає адресатом, хто виступає об'єктом впливу в інтеракції в контексті ток-шоу) та непрямий (реципієнти, котрі сприймають повідомлення, призначене ведучому чи гостям у студії, наприклад: аудиторія, присутня в студії, чи масова аудиторія, яка спостерігає за бесідою учасників);

2) додатковий (адресат, про присутність якого адресант не знає і не розраховує на нього, але здійснює вплив на його знання, емоції чи ставлення).

Слід також пам'ятати, що гостям у студії аудиторія може бути і не представлена візуально, але, не дивлячись на це, вона є одним із головних учасників (Див. Додаток А). Зі схеми стає зрозуміло, що аудиторія виконує роль стороннього реципієнта, котрий знаходиться як в інтерактивному просторі, так і в топікальному полі комунікації, а тому позиція студії, представлена людьми, зацікавленими в обговоренні тих або тих тем, максимально наближена до позиції інтерактантів. Відтак, коли аудиторія тільки сприймає діалог, не ніяк не реагуючи у відповідь, вона займає місце стороннього реципієнта. Проте жанр політичного ток-шоу передбачає створення ілюзії інтерактивності програми, котра досягається ведучим, гостями та модератором: жвава реакція у формі оплесків, сміху, емоцій на обличчях, вигуків. Усе це створює публічну атмосферу й надає «емоційну підказку» телеглядачам. Водночас у певні моменти аудиторія може ставати прямим адресатом, оскільки вона також активно долучається до розмови.

Незважаючи на різні типи глядачів, у них у всіх повинні сформуватися три комунікативні стани-ефекти:

- 1) присутності;
- 2) діалогічності;

3) довірливості.

Гості – ще одна категорія учасників політичного ток-шоу. Сьогодні науковці говорять про існування трьох категорій гостей, яких запрошують у студію, а саме:

1) реальні особи (люди, безпосередньо пов'язані з порушеною проблемою, котрі слугують узірцями для репрезентації конкретного її вирішення);

2) чиновники (посадові особи, пов'язані з обговорюваним питанням на рівні влади та спроможні допомогти в пошуку оптимального виходу зі складної ситуації);

3) експерти (компетентні фахівці з конкретної теми) [42, с. 110].

Принагідно зауважуємо, що сьогодні останню категорію кваліфікують як учасників, котрі займають проміжне місце між «владою» і «народом», адже, з одного боку, експерти професійно оцінюють і допомагають розібратися в порушеній проблемі, а з другого – представляють звичайних громадян. У якості експертів можуть виступати науковці, соціологи, адвокати та ін. [19, с. 122].

Цікавим видається дослідження, проведене громадським рухом «ЧЕСНО», який проаналізував етери чотирьох найрейтинговіших українських політичних ток-шоу, окресливши часові рамки червень – вересень 2020 р. (Див. Додаток В). Наведена схема дає уявлення про те, репрезентанти яких політичних сил стають фаворитами перед виборами.

Безперечно, усі учасники конкретного політичного ток-шоу впливають на модель ведення дискусій в умовах ток-шоу, однак реальна картина часто не дуже втішна, позаяк ідеться про:

1) непоодинокі порушення учасниками культури полеміки;

2) різні можливості висловлення власної точки зору;

3) недотримання ведучими основних принципів професійної етики;

4) превалювання однієї сторони дискусії завдяки журналістам-ведучим [17, с. 64].

Таким чином, усі без винятку учасники разом створюють той продукт, який нині отримав надзвичайну популярність по всьому світові. До кожного типу учасників ставляться відповідні вимоги задля досягнення високого результату.

### **Висновки до другого розділу**

Політичні ток-шоу мають тісний зв'язок з політичною журналістикою загалом головню на функційному рівні. Вони виконують цілий ряд важливих функцій: інформативно-комунікативну, пізнавальну, прогностичну, освітню, культурооформлюючу, пропагандистську, агітаційну, організаційну, мобілізаційну, а також функції контролю та критики.

Сьогодні існують різні підходи до диференціації політичних ток-шоу, однак традиційно їх поділяють за частотність виходу в етер.

Традиційна схема учасників політичних ток-шоу має вигляд трикутника й складається з ведучого, запрошених гостей (як правило, політиків, експертів у тій чи тій галузі), аудиторії (внутрішньої – тієї, що знаходиться в студії, та зовнішньої – тієї, яка знаходиться перед екранами телевізорів).

## РОЗДІЛ III. ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ТОК-ШОУ

### 3.1. Контент сучасних українських політичних ток-шоу

Кількісний вияв політичних ток-шоу в Україні, безперечно, збільшується. Сьогодні на теренах українського телевізійного простору ідеться про активне функціонування політичних ток-шоу як на загальнонаціональних («Свобода слова», «Шустер Live», «Чоорне дзеркало», «Право на владу», «Про головне», «Час. Підсумки», «Година Че», «Клуб реформ», «Дебати ПРО»), так і на регіональних телеканалах («Прямим текстом», «Київський ринг»).

Осібне місце з-поміж інших політичних ток-шоу займають програми з надзвичайно популярним ведучим Савіком Шустером (Див. Додаток Д). Відомо, що з 2005 р. він розпочав співпрацю з телеканалом ICTV, на якому майстерно вів політичне ток-шоу «Свобода слова». Проте вже в 2007 р. С. Шустер став ведучим проєкта «Свобода Савіка Шустера» на телеканалі «Інтер». Через рік журналіст опинився вже на каналі «Україна» зі специфічною програмою «Шустер Live», котра з 2011 р. виходила на різних каналах: «Першому національному» (з 2011 по 2013 р.), «Інтері» (з 2013 р.), «5 каналі» (лютий 2014 р.), «Першому національному» (весна 2014 р.), «24 каналі», «112 Україна», «1+1». Принагідно слід зауважити, що в 2011 р. С. Шустер паралельно був ведучим ще й програми «Прямий ефір з Савіком Шустером» на російському каналі «РБК-ТВ» (ідеться лише про два її випуски). Після цього С. Шустер виходив у прямий етер власного кабельного каналу 3S.tv і телеканалу «Київ». Тривалий час журналіст не з'являвся на українських телеекранах у зв'язку зі звинуваченнями Державної фіскальної служби України в неподанні ним декларації про одержаний ще в 2008 р. кредит і в ухиленні від сплати податку. Відтак телеканал 3S.tv, звичайно ж, припинив своє існування.

Як справжній журналіст С. Шустер не залишив своє покликання а тому повернувся в рідну стихію. Відтак 6 вересня 2019 р. на телеканалі «Україна» вийшов в етер перший випуск соціально-політичного ток-шоу «Свобода слова Савіка Шустера». Звісно, перший випуск ток-шоу надзвичайно важливий як для рейтингу самої передачі, так і для ведучого, адже це три години прямого ефіру в прайм-тайм. Але під час цього ефіру сталася непередбачувана ситуація. У момент обговорення теми стосовно обміну головних свідків по справі МН-17, вислуховуючи аргументи головного редактора видання «Цензор.нет» по відеозв'язку, учасники почули, як його кіт нявчить, своєрідно допомагаючи господареві висловлюватися. Згодом у соціальних мережах цей випадок здійняв справжній фурор і отримав багато коментарів. Переважна більшість телеглядачів побачили в цій ситуації добрий знак.

Прикметно, що в руслі тогочасних подій тематика стосувалася звільнення Віталія Кличка, обміну політичними в'язнями та можливостей створення опозиції в Україні. Савік Шустер принагідно презентував свої вправління у вивченні української мови й санскриту. Варто відзначити й те що в парі з ведучим працює й сурдоперекладачка Н. Кравцова. Традиційним для нього, як і раніше, стало привітання аудиторії. Помічено, що у всіх випусках С. Шустер відразу ж звертається до публіки, наприклад: *«Наша аудиторія! Обрий вечір! Спасибі, що приїхали (Оплески). Я буду повторювати це кожну п'ятницю, тому що не всі ще це розуміють. Я це повторював років 15 і зараз продовжую, але не всі ще це розуміють. Ця аудиторія представляє всю Україну. Це головний елемент цієї програми»* (06.09.2019 р.; <https://cutt.ly/KhYKNr3>).

Безперечно, автори політичного ток-шоу «Свобода слова Савіка Шустера» підходять дуже відповідально не тільки до відбору аудиторії, але й запрошених гостей. До прикладу, неочікувано гостем першого випуску став співголова партії «Опозиційна платформа – За життя» Ю. Бойко. І це за тих умов, коли тривалий час телеканал «Україна» або взагалі не згадував про

цього політика (з часу його виключення з «Опозиційного блоку»), або ж висвітлював його постать у не досить позитивному контексті, адже перевага надавалася саме «Опозиційному блоку» під головуванням О. Вілкула. Крім того, у студію запросили голову Офісу Президента України А. Богдана, голову Верховної Ради Д. Разумкова, голову фракції «Голос» С. Рахманіна, заступника голови фракції «Батьківщина» С. Соболева, співголова фракції політичної партії «Європейська Солідарність» І. Герасімова, юристку М. Ставнійчук, представника об'єднаних націоналістів А. Білецького, і колишнього народного депутата А. Геращенко, мера Києва В. Кличка.

Сама дискусія відбувалася в новій студії С. Шустера (Див. Додаток Е) із аудиторною заповнюваністю в 100 місць та ньюзрумом (А. Руденко та Р. Шрайк). Зміни торкнулися й методики виступів учасників. Тепер у студії з'явився другий мікрофон: один – для спікера, інший – для того, хто не згоден з тією чи тією думкою промовця.

Важливо відмітити тематичний спектр цього ток-шоу. Проаналізувавши контент окремих випусків програми «Свобода слова Савіка Шустера» за 2019 та 2020 роки, встановлено доволі широку змістову наповнюваність, як-от:

1) створення української опозиції, проблеми обміну ув'язненими, звільнення В. Кличка (06.09.2019; <https://cutt.ly/KhYKNr3>);

2) обмін утримуваними особами між Україною та РФ і робота Верховної Ради України (13.09.2019; <https://cutt.ly/VhYKKT1>);

3) доля «ПриватБанку» (20.09.2019; <https://cutt.ly/EhYLzXk>);

4) питання торгівлі українською землею (27.09.2019; <https://cutt.ly/thYLPli>);

5) основні шляхи вирішення конфлікту на Донбасі (04.10.2019; <https://cutt.ly/IhYLCD4>);

6) боротьба з контрабандою, касові чеки, виведення бізнесу з тіні, причини появи перших наметів під Офісом Президента (18.10.2019; <https://cutt.ly/mhYZCDM>);

- 7) енергетична безпека, питання вивільнення нової влади від впливу олігархів (25.10.2019; <https://cutt.ly/vhYCOJU>);
- 8) розведення військ на сході країни і можливі проблеми у цьому зв'язку (01.11.2019; <https://cutt.ly/2hYVS9I>);
- 9) бюджет України на 2020 р., причини бідності українців (08.11.2019; <https://cutt.ly/nhYVKMs>);
- 10) прийняття закону про землю для українців, скандальне інтерв'ю І. Коломойського про дружбу з Росією (15.11.2019; <https://cutt.ly/ehYV8Q2>);
- 11) здоров'я нації, спроби української влади навести порядок у медицині, повернення довіри українців до лікарів (22.11.2019; <https://cutt.ly/ghYVx6w>);
- 12) здорожчання газу, шляхи припинення спекуляції довкруг тарифів, перетворення української газотранспортної системи (29.11.2019; <https://cutt.ly/RhYBAMg>);
- 13) новий курс Президента України на досягнення миру, підготовка до майбутньої Нормандської зустрічі (06.12.2019; <https://cutt.ly/OhYNznl>);
- 14) результати зустрічі лідерів «нормандської четвірки», справа вбивства П. Шеремета (13.12.2019; <https://cutt.ly/5hYNWsj>);
- 15) вплив можливого імпічменту Д. Трампа на Україну, ціни на продаж землі, потенційні зміни в Основному Законі України (20.12.2019; <https://cutt.ly/LhYNCEc>);
- 16) новий Трудовий кодекс, вірус в Україні та закордоном, довіра електронному перепису (31.01.2020; <https://cutt.ly/PhY3bYc>);
- 17) комунальні послуги й рівень оплати (14.02.2020; [https://www.youtube.com/watch?v=6496r6HZ\\_1M](https://www.youtube.com/watch?v=6496r6HZ_1M));
- 18) вплив коронавірусу на українську й світову економіку, очікування українців від проведення децентралізації влади (28.02.2020; <https://www.youtube.com/watch?v=n2DeVAjEQkI>);
- 19) питання зниження високопосадовцями фінансового навантаження українців під час пандемії, вплив карантинних заходів на підприємців,

ефективність урядових дій стосовно підтримки українського бізнесу (20.03.2020; <https://www.youtube.com/watch?v=xVH0gu1NXYQ>);

20) державна допомога людям, котрі залишилися без роботи, програма дій уряду, умови праці українських лікарів за кордоном (10.04.2020; <https://cutt.ly/OhY5Phf>);

21) готовність країни до пом'якшення карантину, питання доцільності святкування закінчення Другої світової війни в Європі, причини бойкотування деякими мерами великих міст рішень центральної влади (08.05.2020; <https://cutt.ly/7hUov1n>);

22) стан української енергетичної галузі, загроза Чорнобиля-2 у зв'язку зі зношенням енергоблоків на АЕС, цінова політика за електроенергію порівняно з Європою (15.05.2020; <https://cutt.ly/VhUiqmR>);

22) корупційні схеми в податковій та митниці, методи боротьби з корупцією, питання покарання топ-корупціонерів країни (12.06.2020; <https://cutt.ly/shUoGu9>);

23) проблема «п'яних» ДТП, результати нового загострення на Донбасі (17.07.2020; <https://cutt.ly/YhY90BS>);

24) перетин українського кордону білоруськими опозиціонерами, відкриття деяких українських шкіл попри заборону уряду, умови переходу шкільної освіти в режим онлайн (11.09.2020; <https://cutt.ly/vhUarPs>);

25) причини планування Президентом України проведення всеукраїнського опитування в день виборів, пошук командою Зеленського механізмів позбавлення від корупціонерів і негідників при владі (16.10.2020; <https://cutt.ly/IhUdcYI>) та ін.

Таким чином, контент програми «Свобода слова Савіка Шустера» надзвичайно широкий та залежить від соціально-політичної ситуації в країні. Кожен випуск цього ток-шоу вияскравлює актуальні події, котрі сталися, як правило, за тиждень. Відтак автори, ведучий, гості, публіка мають неабияку змогу тримати руку на пульсі соціального й політичного життя України.

Не можна оминати увагою і журналістську творчість ще одного надзвичайно популярного ведучого, А саме – Євгенія Кисельова (Див. Додаток Ж). Протягом 2009–2012 рр. програма «Велика політика з Євгенієм Кисельовим» (Див. Додаток З) займала особнє місце з-поміж інших політичних ток-шоу країни. Її транслював телеканал «Інтер» щоп'ятниці ввечері: 1 сезон – 21.30 год., 2 сезон – 22.33 год. І 3 сезон – 23.00 год.

Основна причина звернення до аналізу цього політичного ток-шоу полягає в тому, що в пропонованому дослідженні робимо припущення про існування специфічного важеля впливу на глядача – ведення програми людиною, яка вже задовго до виходу ток-шоу на екрани зарекомендувала себе в якості професійного й компетентного журналіста. Це саме стосується і постаті С. Шустера. До того ж, принагідно зауважуємо, вони обидва є представниками інших національностей, що так чи так «підкуповує» глядачів.

Відомо, що творчу кар'єру на просторах українського телебачення журналіст розпочав у 2008 р. на телеканалі ТВі, проте згодом Є. Кисельов перейшов працювати на телеканал «Інтер» і став ведучим політичного ток-шоу «Велика політика з Євгенієм Кисельовим» Уже в лютому 2013 р. він очолює ТОВ «Національні інформаційні системи», відоме випуском цілого ряду програм, а саме: «Новини», «Подробиці» та «Подробиці тижня» на телеканалі «Інтер». Прикметно, що в період з 2014 по 2016 рр. Є. Кисельов – незмінний ведучий політичного ток-шоу «Чорне дзеркало» знову ж таки на каналі «Інтер». Однак відомому вже на той час ведучому довелося перейти працювати на телеканал NewsOne, а згодом – і на інформаційний канал «Прямий». З 19 січня 2020 р. він трудиться на інформаційному каналі «Україна 24» в ролі ведучого щотижневого політичного ток-шоу «Реальна політика з Євгенієм Кисельовим».

Крім самого ведучого, зауважуємо, у політичному ток-шоу «Велика політика з Євгенієм Кисельовим» брали участь й інші учасники, як-от: народні депутати від різних фракцій Верховної Ради України, співробітники

Кабінету Міністрів України, представники тих чи тих політичних сил, котрі не ввійшли до складу Верховної Ради, керівники різних відомств, відомі публічні особи в сфері економіки, культури, спорту, бізнесу тощо. У студію також запрошувалися фахівці з різних галузей (економісти, соціологи, політологи, політ експерти та ін.). Для аудиторії студія передбачала до 100 місць. Прикметно, що в тому чи тому випуску програми брали участь гості з різних регіонів України та навіть з-за кордону.

Прем'єра цього ток-шоу відбулася 25 вересня 2009 р. на телеканалі «Інтер» у комфортно об лаштованій студії (Див. Додаток К). Основна родзинка «Великої політики з Євгенієм Кисельовим» – гнучкий формат, позаяк кожний ефір індивідуальний і залежний від обговорюваної теми, кількісного показника запрошених гостей, активності аудиторії.

Спостережено, що формати політичного ток-шоу були різними (дебати, інтерв'ю з політиком особливої ваги за участю опонентів серед інших політичних сил тощо), при цьому єдиного шаблону для всіх передач немає. До прикладу, у випуску від 30.03.2012 р. гостею студії стала Н. Королевська. Формат програми побудовано в формі інтерв'ю, відтак політикиня розповіла про те, як вона стала опозиціонеркою до опозиційного БЮТ, чи вважає себе опозицією до влади, чи прагне стати в новій політиці особою на кшталт Ю. Тимошенко та ін. (30.03.2012; <https://cutt.ly/rhUYlbQ>). Є. Кисельов відразу ж попередив про те, що Н. Королевській буде поставлено багато запитань: *«Прошу вас. Спасибі, що погодилися взяти участь у нашій програмі, незважаючи на те, що, безперечно, вам буде сьогодні задано немало складних і, може бути, навіть неприємних питань. Але тут уже ж, вибачте, така доля політиків. Політика така – життя. Ви знаєте, я з самого початку про що вас хотів спитати... Ось вас виключили з БЮТ. Одним з головних звинувачень, які пред'явили вам керівники «Батьківщини» і фракції БЮТ у Верховній Раді, є те, що ви не голосували по деяких політичних найважливіших законопроектах, резолюціях, які виносились на голосування опозицією. Передовсім стосовно негайного виконання Україною*

тих рекомендацій відносно ув'язнення Юлії Тимошенко, які були надані Парламентською Асамблеєю Ради Європи. Так? Так ось, там була якась незрозуміла детективна історія з вашою карткою, яка зникла. Зникла ваша картка... І що ж з нею сталося? Хто у вас її забрав?» (30.03.2012; <https://cutt.ly/rhUYIbQ>). Відтак бачимо, що Є. Кисельов відразу ж сфокусував увагу на тому, що найбільше цікаво глядачів, не даючи ніякої можливості Н. Королевській уникнути зрозумілої для всіх відповіді. Або ж у випуску від 09.03.2012 р. політик С. Тігіпко давав інтерв'ю стосовно того, де взяти гроші на обіцяні Януковичем масові соцвиплати, хто може сподіватися на покращення в першу чергу (09.03.2012; <https://cutt.ly/lhUYQzB>). Натомість у випуску від 01.06.2012 р. представлено справжні дебати стосовно того, що на пострадянському просторі ростуть монархічні настрої і в цьому зв'язку виникає питання: Чи може в Україні з'явитися власний імператор? (01.06.2012; <https://cutt.ly/4hUIYRG>). Бачимо, що вибір формату залежить не тільки від запрошених гостей, рівня зацікавленості в бесіді, але й від порушеної теми, обговорюваної проблеми.

Безперечно, теми передач завжди актуальні й тісно пов'язані з реальним життям українців, наприклад:

1) проблеми здійснення масових соціальних виплат, масштаб фальсифікацій на президентських виборах Росії, можливість змін українсько-російської політики (09.03.2012; <https://cutt.ly/lhUYQzB>);

2) пошук шляхів звільнення Ю. Тимошенко, можливість об'єднання опозиційних сил, проблема існування касти недоторканих в Україні (16.03.2012; <https://cutt.ly/XhUT5uj>);

3) створення й функціонування української опозиції, податок на «розкіш» (30.03.2012; <https://cutt.ly/rhUYIbQ>);

4) потенційні можливості партії В. Кличка «Удар», відміна недоторканості, особливий статус російської мови (25.05.2012; <https://cutt.ly/lhUIDyC>);

5) проблема якісного футболу в Україні, роль держави у зростанні талановитої дитини (01.06.2012; <https://cutt.ly/4hUIYRG>);

б) повернення В. Ющенко на політичну арену України, мовне питання і мовний закон (12.07.2012; <https://cutt.ly/ehUI06B>) та ін.

На взірць контенту політичних ток-шоу С. Шустера, у програмах Є. Кисельова порушено актуальні питання з урахуванням тогочасної соціально-політичної ситуації в країні. Випуски цієї програми слугують репрезентантами справжнього становища України. Водночас таке серйозне висвітлення відбувалося «наживо» й без додаткових репетицій, відтак ток-шоу максимально зорієнтоване на імпровізацію. У цьому зв'язку справжня родзинка – відсутність сценарію, котрого повинен дотримуватися ведучий.

Особливо популярним було ще одне ток-шоу, ведучим якого був Є. Кисельов. Ідеться про програму «Чорне дзеркало» на телеканалі «Інтер». Формат передачі створено у вигляді відкритого майданчика, де журналісти, гості студії та експерти обговорювали (інколи в жорсткій формі) події в країні і світі, котрі відбулися за останній тиждень. Надійними помічниками у веденні програми стали шеф-редактор програми О. Червакова та запрошені журналісти (Р. Бочкала, С. Висоцький, В. Калниш, П. Шеремет).

Гостями могли бути відомі політичні діячі, експерти в різних галузях. Так, на прем'єрний випуск програми були запрошені А. Гриценко, Ю. Мірошниченко, Ю. Луценко, О. Ляшко та ін. Вони обговорювали різні шляхи виходу з важкого становища для Сходу України (продовжувати АТО, дозволити / не дозволити відокремлення, депортувати протестантів, домовитися за кругли столом) (<https://cutt.ly/MhIrogF>). Розмова в студії відбувалася на двох мовах: російській і українській.

Слід зазначити, що програма мала групу в російській соціальній мережі «ВКонтакте». Контент групи складали фото, випуски програм, до того ж в ній була форма для заповнення для тих, хто бажав потрапити в етер. З таких даних можна зробити висновок, що до передачі запрошують молодих людей. Цю думку також підтверджують фото в групі: молоді люди з відомими

обличчями: В. Кличком, Ю. Тимошенко та ін. До того ж щомісячно в групі обирався «Кращий look» шляхом відкритого голосування за фото учасниць групи та масовки шоу. Відзначимо, що контент групи в соціальній мережі і контент самого політичного шоу відрізнялися.

### **3.2. Уплив політичних ток-шоу на глядачів (на прикладі політичних ток-шоу С. Шустера й Є. Кисельова)**

Помічено, що у всіх без винятку випусках ток-шоу «Свобода слова Савіка Шустера» особне місце відведено зверненню до аудиторії. У всіх програмах ведучий постійно наголошує на важливості публіки, на нагальній потребі почути думки загалу. Він так представляє глядачів у студії, як єдиного цілісного учасника: *«Наша аудиторія – вся Україна. Спасибі, що приїхали. Я завжди говорю, що в цій студії реальна суспільна думка України»* (13.12.2019; <https://cutt.ly/fhUg4oy>).

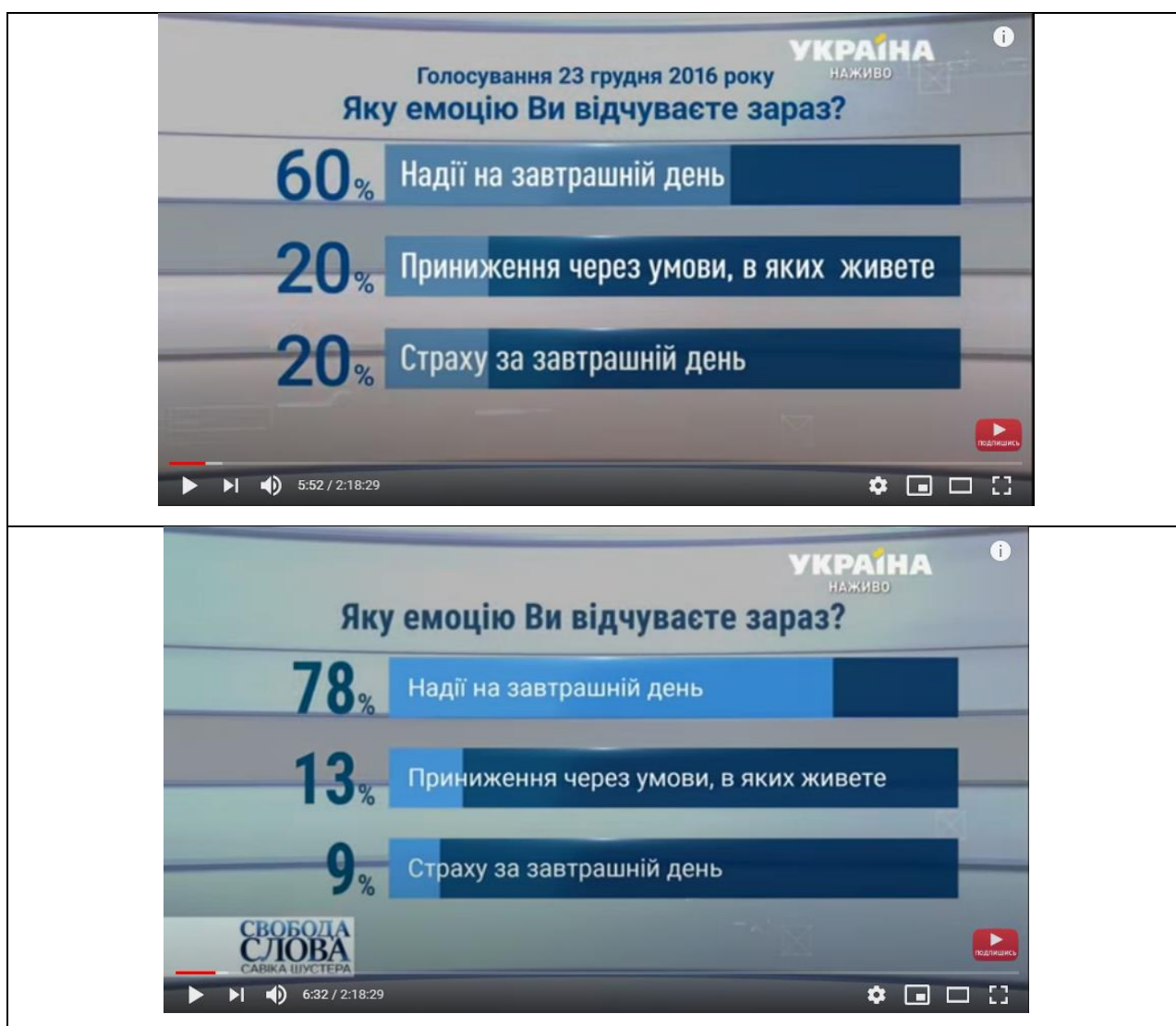
С. Шустер не соромиться ділитися з глядачами цікавою інформацією, яка так чи так зближує публіку з ведучим, унаслідок чого збільшується рівень довіри і, відповідно, впливу. Так, він з легкістю розповідає про специфіку відбору внутрішньої аудиторії, постійно дякуючи глядачам: *«Наші соціологи кожен тиждень за чотирма критеріями – віку, статі, місця проживання і типу проживання, тобто місто / село – відбирають нам аудиторію, привозять сюди, яка є портретом країни. Ось чому це суспільна думка. Ще раз спасибі вам!»* (06.09.2019 р.; <https://www.youtube.com/watch?v=j8Xo-5QMZI4>). Наведені критерії підтверджуються статистично (Див. Мал. 1).



Мал. 1. Статистика аудиторії ток-шоу «Свобода слова Савіка Шустера» (20.12.2019; <https://cutt.ly/FhUghYf>)

Спостережено, що глядачам ток-шоу С. Шустера подобається й те, що кожна програму він розпочинає з репрезентації емоційного стану аудиторії.

Ось як ведучий пояснює причину такої роботи: «Розпочну я з того, що покажу емоційний стан українців на цьому тижні. Я вивчаю емоції мас. Чому я це роблю? Тому, що маси змінюють історію» (15.05.2020; <https://cutt.ly/VhUiqmR>). Принагідно зауважуємо, що в першому випуску С. Шустер вказав на важливість такого дослідження по-особливому, застосувавши порівняння голосувань глядачів з 2016 р. (з дати останнього виходу його програми в прямий етер) і з 2019 р. (з початку нового життя політичного ток-шоу) (Див. Мал. 2).



Мал. 2. Порівняння емоційного стану глядачів (06.09.2019 р.; <https://cutt.ly/KhYKNr3>)

У цьому зв'язку нововведенням у ток-шоу «Свобода слова Савіка Шустера» є те, що в межах програми відбувається не тільки визначення й аналіз ставлення всіх глядачів до тієї чи тієї порушеної проблеми, але й

специфічне «зчитування» їхніх емоцій. Безперечно, команда програми не залишає поза увагою і користувачів різних соцмереж.

Випуск за 13.03.2020 р. став незвичним не тільки для авторів ток-шоу, але й для аудиторії, оскільки через поширення пандемії програма велася без внутрішньої публіки. С. Шустер відразу ж прояснив цю ситуацію, апелювавши здоровим глуздом і прагненням уберегти кожного від вірусу: *«За зрозумілими причинами ми не єдина програма, яка сьогодні виходить без глядачів. Усі головні світові ток-шоу сьогодні без аудиторії. З одного боку, це таке рішення, від якого боляче, тому що шкода що такий важливий учасник програми відсутній. Але з другого боку, ми розуміємо, що такий час і потрібно бути відповідальними людьми й розуміти, що це все ж таки небезпечно. Небезпечно для багатьох: не тільки для нас, а й для людей, які могли б бути в цій студії»* (13.03.2020; <https://cutt.ly/phY8lOG>). Як бачимо, ведучий укотре наголосив на вагомій ролі глядачів у політичному ток-шоу.

Ще одним доказом вагової ролі глядачів є те, що автори придумали, як вийти з ситуації, коли публіка не може проголосувати в студійних умовах: *«Програма «Свобода слова Савіка Шустера» за допомогою персонального помічника handy розпочинає новий соціальний проєкт. Такого ще ніхто не робив. Уяви, що водночас уся країна може висловити свою думку онлайн. Ми пропонуємо разом із нами створити щотижневий референдум. Щотижня бери участь у всеукраїнському онлайн-голосуванні та вплинь на хід подій в Україні. Для цього необхідно встановити на телефоні месенджер Viber або Telegram та перейти за посиланням або відсканувати цей QR-код та відповідати на запитання в режимі онлайн. Починаючи з 1 травня кожної п'ятниці у прямому ефірі ми надсилатимемо запитання і знатимемо, чого насправді прагне уся країна. Стань почутим! Створи електронну демократію разом з нами! Опитування є анонімним!»* (08.05.2020; <https://cutt.ly/vhUarPs>) (Див. Мал. 3).

Періодично в інших випусках з'являються розширені інструкції приєднання до референдуму, наприклад: *«Як взяти участь у голосуванні?»*

*Відкрийте камеру на своєму мобільному телефоні, відскануйте QR-код, який бачите на екрані, відкрийте програму в месенджері Viber або Telegram, зареєструйтеся, розкажіть децю про себе. Усе! Тепер Ви – повноцінний учасник нашої програми. Отримуйте запитання, голосуйте, змінійте країну разом з нами» (11.09.2020; <https://cutt.ly/hhUsreB>) (Див. Мал. 3).*



*Мал. 3. Трансляція методів приєднання глядачів до щотижневого референдуму (08.05.2020; <https://cutt.ly/vhUarPs>; 11.09.2020; <https://cutt.ly/hhUsreB>)*

Безперечно, така посилена увага до аудиторії так чи так виформує надійне підґрунтя для здійснення відповідних маніпулятивних стратегій з метою «переконати глядача в тому, що його думка є вагомую і він зможе

допомогти у вирішенні важливих державних питань» [41, с. 63]. Солідаризуємося з такими твердженнями дослідників, позаяк вважаємо, що загалом такого роду програми розраховані на мислячу особистість, котра, безсумнівно, цікавиться політичним життям країни. У цьому зв'язку автори програм зосереджують особливу увагу на пошукові оптимальних шляхів нав'язування поглядів, застосовуючи різноманітні стратегії й використовуючи специфічну лексику.

Спостережено, що кожний випуск ток-шоу побудований на актуальній і найгарячішій темі або події тижня, відтак у студію запрошують не тільки впливових політиків, але й добре знаних політологів, відомих журналістів та ін. З-поміж такого політичного бомонду тест-група (глядачі в студії) відчуває себе активними співучасниками й висловлює власні точки зору. Такі умови, безсумнівно, приваблюють чималу кількість глядачів. Водночас значна кількість присутніх покладається на авторитет і компетентність того чи того політика, тому підсвідомо за правильного підходу може приєднуватися до нього в ролі однодумця. Особливо це помітно, коли політики послуговуються лексемами з негативною конотацією. Так, у одному з випусків С. Вакарчук зауважив: *«Друге – і це дуже важливо! Те, що сьогодні нам намагаються нав'язати так званий діалог між різними сторонами, між Україною і ОРДЛО як учасниками повноцінного конфлікту є величезною стратегічною помилкою. Воно призведе до дуже складних наступних етапів, коли наші партнери просто вийдуть з цих переговорів і просто скажуть: «Розбирайтесь далі»* (13.03.2020; <https://cutt.ly/phY8lOG>). Політик ужив оцінне слово, яке з великою вірогідністю може вплинути на відповіді й голосування глядачів.

Час трансляції політичного ток-шоу – теж важливий важіль в умовах здійснення відповідного впливу на глядача. До прикладу, «Свобода слова Савіка Шустера» виходить в етер щоп'ятниці о 21.00 – час, коли переважна частина реципієнтів повернулася з роботи, владнала домашні справи та сіла

перед телевізором, оскільки саме перед вихідними вони мають змогу повноцінно насолодитися улюбленою програмою.

Під час перегляду політичних ток-шоу С. Шустера та Є. Кисельова помічено, що під час виступів політиків застосовують музичний супровід, який, безперечно, створює потрібну творцям програми атмосферу. Такий прийом – яскравий узірець присутності інфотейменту, про який уже було згадувано раніше. Більше того, кожен випуск програми «Велика політика з Євгенієм Кисельовим» не обходиться без музичного акомпанементу піаніста О. Шахова. У окремих випусках спостерігаємо навіть украплення розважальних шоу. Так, у випуску від 25.05.2012 (<https://cutt.ly/lhUIDyC>) глядачів смішили ведучі програми «Велика різниця», представивши пародію на ток-шоу Є. Кисельова.

Науковці цілком справедливо маніфестують: «Не слід вважати, що політичне ток-шоу пускається на самотік, ведучий програми через маленький навушник уважно слухає підказки режисерів, які вибудовують програму таким чином, аби вона мала розвиток за класичною схемою драми» [41, с. 66]. Саме таку схему спостерігаємо і в ток-шоу С. Шустера. Крім того, важливо відмітити й частотність з'яви тих чи тих політичних представників влади. Ідеться передовсім про прихильність творців програми до провладної партії. Так, за час своєї появи програму «Свобода слова Савіка Шустера» найчастіше відвідували саме представники партії «Слуга народу», дещо рідше – політики від партії Ю. Тимошенко «Батьківщина».

Водночас не можемо оминати увагою і роль різноманітних розбірок і скандалів. Так, Н. І. Цімох переконливо доводить, що такі елементи, безперечно, ваблять глядачів, а дехто з присутніх навіть не уявляє без цього випуск ток-шоу, хоча в студії може обговорюватися проблема особливої ваги. Відтак, стверджує дослідниця, «змістовність розмови програє епатажності та екстравертизму, і це не лише те, що пропонує телебачення, це те, що більшість хоче бачити» [41, с. 67].

Одним із найсерйозніших і наймасштабніших скандалів у програмі «Свобода слова Савіка Шустера» стало невдале інтерв'ю з І. Коломойським, який специфічно охарактеризував і ток-шоу, і ведучого: *«Савік, ви там коли своє шоу влаштовуєте, не забувайте про те, що ви маєте справу з людьми, які теж мають певне відношення до деяких шоу. < ... > Хвилиночку, Савік. Савік! Я ж не в вас у студії, ви для мене не ведучий. Ви просто модератор сьогодні. < ... > Звичайно, що я не дивлюся вашу передачу. Я знаю, чого вона варта, як і скільки вона коштує»* (15.11.2019; <https://cutt.ly/ehYV8Q2>). На що С. Шустер відповів: *«А ви для мене тоді хто? <...> Я ось показав вам позов, так? Ми будемо судитися»* (15.11.2019; <https://cutt.ly/ehYV8Q2>). У дискусію втрутилися й інші. Так, продюсер та водночас бізнесмен, громадський діяч і член Ради з питань свободи слова й захисту журналістів П. Єлізаров підійшов до мікрофону і став на захист ведучого: *«Ви – не чесна людина! Дурите всю країну і обкрадаєте, Ігор Валерійович. І ще скажу вам одне: відчепіться від нової влади! Прийшли молоді люди в країну, а ви відволікаєте їх від роботи, Ігоре Валерійовичу! < ... > Вам уже пора візу в Америку імені Павла Лазаренка. Ось уже пора їхати туди. По цій візі»* (15.11.2019; <https://cutt.ly/ehYV8Q2>). Тобто вже йдеться про застосування прийому взаємних звинувачень. Дослідники принагідно зауважують: *«Чим більше видовищних елементів, тим рейтинговішою є передача – про що свідчать думки телеекспертів, глядачів, а також міркування критиків, журналістів, телеведучих тощо. На жаль, скільки буде існувати попит, стільки буде існувати й пропозиція»* [41, с. 67].

Такі нюанси ще раз потверджують припущення про те, що під час створення та проведення політичного ток-шоу організатори й ведучі враховують не тільки ментальний потенціал глядачів, але й їхні психологічні особливості та спосіб життя.

Роздивимося тепер на прикладі випуску «Чорного Дзеркала» з Є. Кисельовим, як завдяки вмінням ведучого і правильному корегуванню ходу бесіди переносяться акценти з одного головного питання на інше, яке

хоча й не має прямого зв'язку з основним питанням, однак є не менш важливим для держави. Так, випуск «Чорного Дзеркала» (16.10.2015; <https://cutt.ly/PhIrxHV>) присвячений обговорюванню внутрішніх проблем України: місцевих виборів, фігур кандидатів, підкупу виборців, схеми «Карусель» та інших питань, пов'язаних з цією темою.

Спостережено, що під час цієї програми панує спокійна атмосфера, якщо порівнювати з програмами, коли, приміром, обговорювалась агресія з боку Росії. Звісно, обговорення агресії з боку іншої держави набагато важливіше для кожного громадянина. Так учасники ток-шоу на бесіді про внутрішні питання «розігріваються» і переходять до обговорення публікації Служби Безпеки Нідерландів про розслідування загибелі малазійського Боїнга 777 рейсу МН-17, в якому звинувачують Росію. Отже, мова йде про комплекс прийомів, який називається формування заздалегідь вигідного дискурсу, ідеться передовсім про побудову порядку дискурсу.

У другій половині ток-шоу ведучий говорить: *«Не перед ніччю буде згадано Раду Безпеки Росії»*, тобто з самого початку задається тон бесіди. Зараз ми не звинувачуємо Росію або не захищаємо її дії, лише констатуємо факт маніпуляції глядачами – формування заздалегідь вигідного дискурсу.

Проаналізувавши специфіку політичних програм, можна дійти висновку про те, що коли людина дивиться політичне ток-шоу, вона прагне задовольнити потребу в отриманні інформації про політичні питання в оточуючому світі, зокрема у власній державі. Тобто глядачі дивляться такого роду ток-шоу для задоволення свого інтересу. Треба визнати той факт, що політичні телепередачі позиціонують себе як передачі, що дозволяють масовому глядачу почати розбиратися в суспільно-політичному житті, але це не зовсім правда. І шукаючи відповіді на своє питання під час перегляду політичних шоу з Савіком Шустером та Євгенієм Кисельовим, реципієнти не розуміють, що потрапляють під вплив пасток, які саме для них і створені. Ідеться передовсім про прийоми маніпуляції свідомістю людини. Під час перегляду ток-шоу телеглядачі навіть не замислюються над тим, що гості у

студії (громадські діячі та політичні особи) прийшли в студію не в пошуках істини, не пояснювати та розповідати правду про українські політичні реалії, а лише задля власної вигоди – пропіаритись, підняти рівень упізнаваності, підтримати свій рейтинг та підвищити його.

Незважаючи на тему програми або склад її учасників, кожен раз під час прямого ефіру демонструються різні прийоми ведення полеміки, котрі ще були описані та вивчені ораторами античної Греції. Так, часто в політичних ток-шоу ми бачимо дуже спритних політиків, які готові одержати так звану перемогу під час дискусії, при цьому порушуючи всі норми і правила ведення інтелігентної бесіди, а часом і етикету взагалі.

Сьогодні без перебільшення можна сказати, що політичні ток-шоу на українському телебаченні – це головні інструменти для маніпуляцій масовою свідомістю. І політичні ток-шоу з Савіком Шустером та Євгенієм Кисельовим не є винятком. За 12 років роботи на українському телебаченні Савік Шустер зібрав майже рекордну кількість звинувачень у маніпулюванні свідомістю, роздуванні політичних сварок і скандалів, явної симпатії до одних політиків і нелюбові до інших. Дійшло до того, що розроблене нове слово «шустерізація» яке визначає ступінь впливу Савіка Шустера на культуру української політики. І хоч багато журналістів приписують С. Шустеру і Є. Кисельову заступництво олігархів, вони відчують себе самостійними фігурами на політичному полі України. З упевненістю можна сказати, що в своїх політичних ток-шоу вони виконують не тільки роль модераторів, а й повноцінних учасників політичного процесу.

### **Висновки до третього розділу**

Під час аналізу політичних ток-шоу на українському телебаченні виявлені деякі класичні приклади прихованого маніпулювання думками телеглядачів через дискусії на політичних ток-шоу з Савіком Шустером та Євгенієм Кисельовим. Досягається маніпулювання досить простими, але

добре відпрацьованими й непомітними прийомами. Підбір «правильних» і «неправильних» спікерів, робота зі звуком, прийоми риторики – і глядач справді вірить у те, що відбувається на екрані.

Було з'ясовано, що мета агітаційної промови полягає в формуванні цілеспрямованого мислення і дій. Це досягається двома шляхами: надаючи докази, що схиляють до думок, необхідних оратору (логічний спосіб), або апелюючи безпосередньо до почуттів слухачів (психологічний спосіб). Ці два способи є невіддільними і скоріше доповнюють один одного. Емоційні докази у політичній промові включають шість різних методів, кожен із яких базується на психологічних підсвідомих бажаннях аудиторії, до них відносяться: фізичне благополуччя, економічні та суспільні інтереси, розваги, відчуття власної гідності та істина і право. Це умовний поділ, але все ж таки його потрібно враховувати. Відтак риторична наука має в своєму арсеналі велику кількість засобів, які може використовувати політичний діяч під час промов для аргументації своєї точки зору. Але і логічні, і психологічні не мають великої сили, якщо не мають ілюстрацій із життя.

## ВИСНОВКИ

У сучасному журналістикознавстві ще залишилося чимало дискусійних питань, з-поміж яких особне місце займають проблеми функціонування політичних ток-шоу. З'ясовано, що на тепер немає єдиного розуміння першовитоків цього специфічного жанру. Його виникнення традиційно співвідносять з американським журналістом Філом Донах'ю. Водночас помічені інші версії, згідно з якими зародження перших рис політичних ток-шоу сягають ще часів активного проведення середньовічних диспутів.

Помічено, на сьогодні відсутнє й єдине визначення самого поняття «ток-шоу». Загалом під ток-шоу розуміємо один зі специфічних видів телепередачі, у якому один або кілька запрошених гостей (передовсім політиків) обговорюють теми, запропоновані ведучим, з активним залученням аудиторії за допомогою запитань, дзвінків, повідомлень, голосувань. Ток-шоу як особливий форум для здійснення дискусії з політичних питань, особливо актуальних для суспільства.

Політичні ток-шоу займають особне місце в сучасній телепродукції, позаяк відіграють вагомий роль в інформуванні публіки про ті чи ті події (ситуації, проблеми) у політичній сфері. Крім того, такі програми вміщують освітній та розважальний конститuentи. У цьому зв'язку є всі підстави говорити про цілу систему функцій політичних ток-шоу (інформативно-комунікативну, пізнавальну, прогностичну, освітню, культурооформлюючу, пропагандистську, агітаційну, організаційну, мобілізаційну, а також функції контролю та критики). Такий широкий функційний діапазон потверджує тісний узаємозв'язок з іншими феноменами політичної журналістики.

У сучасній науці також немає однастайності поглядів науковців щодо вичленення єдиних диференційних параметрів, а тому нині ідеться про різні підходи до типології політичних ток-шоу. Однак традиційно їх прийнято класифікувати за частотою виходу в етер (щоденні, щотижневі, підсумкові, присвячені окремій даті).

У ході дослідження було розглянуто сутність жанру політичного ток-шоу та його особливості. Визначено, що він поєднує у собі такі жанри, як інтерв'ю, гру та концентрацію навколо ведучого програми. Схема побудови будь-якого політичного ток-шоу складається з трьох елементів, які між собою тісно взаємодіють: ведучий – запрошені гості – глядачі в студії.

Дискурс політичного ток-шоу – це інтерактивний спосіб мовної взаємодії учасників комунікації у рамках ситуації між особового спілкування з урахуванням того, де, як та за яких умов відбувається процес масової комунікації. У політичному ток-шоу міжособове спілкування перетворюється в публічний діалог.

Головну роль у політичних програмах відіграє особа ведучого, якщо умовно його охарактеризувати, то це – господар ток-шоу. Саме він забезпечує маневри різного характеру в програмі, запрошує гостей до студії, пропонує глядачам висловити свій погляд на проблему, контролює хід бесіди і дотримання теми, при цьому сам виступає «зірковою» особистістю. Завдяки особистості і ролі ведучого відбувається вплив на глядачів.

Ток-шоу є один з найбільш затребуваних жанрів на телевізійній арені, відтак має велике значення у формуванні громадської думки. При цьому для впливу на свідомість телеглядачів використовуються різні маніпуляційні прийоми. У зв'язку з чим була проаналізована журналістська практика Савіка Шустера та Євгенія Кисельова, репрезентована їхніми політичними ток-шоу.

Цих двох видатних журналістів обрано усвідомлено, оскільки їхні політичні ток-шоу і кар'єри мають багато спільного, оскільки вони були ведучими різних політичних програм, переходячи з одного каналу на інший. Їхні шоу побудовані за однією схемою: концентрація навколо особистості ведучого, видатні політики та громадські діячі, компетентні експерти та глядацька зала. До того ж вони представили свої шоу на просторах мережі Інтернет (як сайт передачі, так і група в соціальних мережах).

Ток-шоу з журналістом Савіком Шустером будуються таким чином, що під час промов спікерів у студії йде голосування серед глядачів, і вони

можуть як підтримувати, так і не підтримувати гостей. Однак за вибором глядачів та телеглядачів під час карантину стоїть величезна маніпулятивна робота всіх учасників ток-шоу і, головню, провідного Савіка Шустера. Таким чином, найважливіший прийом впливу – маніпуляція за допомогою різних засобів: вербальних і невербальних.

Програми з Євгенієм Кисельовим також мають маніпулятивний характер, він дуже професійно переносить орієнтири дискусії в потрібне йому русло і не акцентує на тому, що не варте уваги. Шоу з Євгенієм Кисельовим мають гнучкий характер і позбавлені чіткого сценарію, тобто сам журналіст не тільки ведучий, але й автор своїх політичних ток-шоу.

Політичні ток-шоу за допомогою контенту й особистості ведучого впливають на свого глядача. Іноді ідеться про вплив на формування політичної свідомості, політичного вибору, політичної відповідальності або на формування думок глядачів з того чи ітого питання. Водночас подеколи мовиться (бачимо на прикладах політичних ток-шоу з Савіком Шустером та Євгенієм Кисельовим) про маніпулювання свідомістю глядачів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бибик С. П., Сюта Г. М., Єрмоленко С. Я. Словник іншомовних слів. Тлумачення, словотворення та слововживання : близько 35000 слів і словосполучень. Харків. 2005. 623 с.
2. Бирбом М. Хозяин ток-шоу. Спутник-ТВ. 2005. № 7. С. 11–13.
3. Бідзіля Ю. М. та ін. Словник журналіста : терміни, мас-медіа, постаті. Ужгород, 2007. 224 с.
4. Білоус Р. Ток-шоу на телевізійних каналах України. *Теле- та радіожурналістика* : збірник наукових праць. 2020. № 19. С. 113–130.
5. Быков Д. В. Появление и развитие жанров ток-шоу и общественно-политическое шоу на американском телевидении 60-х гг. XX в. *Университетские чтения–2016 : материалы Научно-методических чтений Пятигорского государственного лингвистического университета*. Пятигорск. 2016. С. 76–81.
6. Богорад Т. О., Нестеренко О. Жанр телевізійного шоу як етносоціокультурний феномен. *Теле- та радіожурналістика*. 2019. Вип. 18. С. 94–107.
7. Бурдые П. О телевидении и журналистике. Москва, 2002. 160 с.
8. Бурдые П. Социальное пространство : поля и практики. Санкт-Петербург, 2005. 576 с.
9. Вартанов А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках. Москва. 2003. 318 с.
10. Вартанова Е. Л. О современном понимании СМИ и журналистики *Журнал факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова «Медиаскоп»*. 2010. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/521> (дата звернення : 14.09.2020).
11. Ващук І. Мовленнєвий портрет ведучого ток-шоу. *Теле- та радіожурналістика*. 2015. Вип. 14. С. 112–116.

12. Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. Харків. 2009. 384 с.
13. Грабельников А. А., Гегелова Н. С. Политические ток-шоу на российских телеканалах. *Вестник РУДН. Серия : Литературоведение. Журналистика*. 2018. Т. 23. С. 234–245.
14. Егорова Т. В. Словарь иностранных слов современного русского языка. Москва. 2014. 800 с.
15. Елина Е. Г. Современное мифологическое сознание и СМИ. *300 лет российской журналистики* : материалы науч.-практ. конф. Санкт-Петербург, 2003. 186 с.
16. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів. 2004. 268 с.
17. Ісаєва Н. О. Рецептивність, емоційність та конвенціональність у драматургії політичного ток-шоу. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Соціальні комунікації*. 2015. Вип. 15. С. 62–67.
18. Капишникова А. В. Лингвистические средства управления дискурсом (на материале американских радиопередач ток-шоу) : автореф. дис. канд. филол. наук. Москва. 1999. 23 с.
19. Козлова О. А., Бондарев Д. А. Национальные особенности развития жанра общественно-политического ток-шоу на российском телевидении. *Вестник ВолГУ. 2011. Серия : 8. Вып. 10. С. 119–125.*
20. Кондратенко Н. В. Жанрові особливості ток-шоу в українському політичному дискурсі. *Вісник ОНУ. Серія : Філологія*. 2018. Т. 23. Вип. 2 (18). С. 58–68.
21. Корконосенко С. Г. Основы журналистики : учебник. Москва, 2006. 287 с.  
Чередниченко В. И. Теория журналистики. Краснодар, 2002. 99 с.
22. Ларина Е. Г. Лингвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса : автореф. дисс. канд. филол. наук. Волгоград, 2004. 20 с.

23. Майорова М. Є. Поняття політичного ток-шоу як розважального стилю. *Молодий вчений*. 2016. № 7. С. 335–338.
24. Мисонжников Б. Я. Журналистика. Введение в профессию : учебное пособие. Санкт-Петербург, 2014. 272 с.
25. Мітчук О. Ток-шоу в українському ефірі як конфліктогенне середовище. *Теле- та радіожурналістика*. 2013. Вип. 12. С. 340–345.
26. Могилевская Э. Ток-шоу как жанр ТВ : происхождение, разновидности, приемы манипулирования. *Новое в массовой коммуникации* : альманах. Воронеж. 2006. Вып. 5–6 (60–61). С. 40–47.
27. Морозов С. М., Шкарапута Л. М. Словник іншомовних слів. Київ. 2000. 680 с.
28. Островська Н. Теорія і практика суспільно-політичних ток-шоу : рольовий і функціональний аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2013. Вип. 38. С. 290–297.
29. Островська Н. Характерні риси і критерії моделі політичних ток-шоу. *Теле- та радіожурналістика*. 2014. Вип. 13. С. 282–290.
30. Патрікеєва Н. Хто у фаворі на ток-шоу : які політики найчастіше з'являються на ТБ перед виборами? URL : <https://www.chesno.org/post/4265/> (дата звернення : 08.12.2020).
31. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. Москва, 2002. 324 с.
32. Пуцята І. Політичні ток-шоу на українських телеканалах: дотримання принципу об'єктивності (на прикладі телеканалу «1+1», програми «Право на владу»). *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія : Журналістські науки. 2019. № 3. С. 37–42.
33. Пуцята І. С. Синергетична взаємодія ведучого і гостя в студії на прикладі політичних ток-шоу. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2018. Вип. 6 (28). С. 46–50.
34. Рыскельдиева Л. Т., Коротченко Ю. М., Шапиро О. А. Политические ток-шоу : цели, аргументация, смысл. *Ученые записки Крымского*

- федерального университета имени В. И. Вернадского. Серия : Философия. Политология. Культурология. 2017. Т. 3 (69). № 3. С. 42–52.*
35. Свобода слова. URL : <https://cutt.ly/NhTVotN> (дата звернення : 08.12.2020).
36. Сидоров В. А. Политическая культура журналиста : учебное пособие. – Санкт-Петербург, 2010. 240 с.
37. Соловьев А. И. Политология : Политическая теория, политические технологии. Москва, 2008. 575 с.
38. Третьяков В. Т. Как стать знаменитым журналистом. Москва, 2004. 623 с.
39. Флад К. Политический миф. Теоретическое исследование. URL : [http://bookz.ru/authors/kristofer-flad/politi4e\\_698/page-6-politi4e\\_698.html](http://bookz.ru/authors/kristofer-flad/politi4e_698/page-6-politi4e_698.html) (дата звернення: 04.10.2020).
40. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика : история, теория, практика : учебное пособие. Москва. 2004. 382 с.
41. Цімох Н. І. Маніпуляція суспільною свідомістю в політичних ток-шоу на телебаченні України. *Міжнародний вісник : Культурологія. Філологія. Музикознавство*. 2015. Вип. 2. С. 63–68.
42. Цімох Н. І. Політичні ток-шоу в українському телевізійному просторі. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія : Філософія, культурологія, соціологія*. 2013. Вип. 6. С. 106–112.
43. Час. Підсумки дня. URL : <https://cutt.ly/VhTVuJl> (дата звернення : 08.12.2020).
44. Швидунова А. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий. URL: [http://polbu.ru/shvidunova\\_smi](http://polbu.ru/shvidunova_smi) (дата звернення: 07.10.2020).
45. Шустер LIVE. URL : <https://cutt.ly/dhTV0kO> (дата звернення : 08.12.2020).
46. Яковець А. А. Телевізійна журналістика : теорія і практика : підручник. Київ. 2007. 240 с.

## АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі проаналізовані політичні ток-шоу Савіка Шустера «Свобода слова» на ТРК Україна та ток-шоу Євгенія Кисельова . Специфічними особливостями політичних ток-шоу є: вплив на масову аудиторію і дієвість стратегій при передачі інформації. Зокрема, постає питання про реальне відображення інтерактивних процесів, які відбуваються на сучасному телебаченні. У контексті вивчення категоріальних і диференційних ознак політичного ток-шоу увага цього дослідження концентрується на процесах впливу на глядача завдяки контенту шоу. Для цього відбувається аналіз практичної моделі українських політичних ток-шоу у плані вивчення базових елементів впливу на аудиторію. Звісно, вплив на емоції глядачів має особистість ведучого ток-шоу: його винахідливість, дотепність та чарівність, а також уміння слухати своїх гостей та експертів, об'єктивно оцінювати ситуацію в ефірі, аналізувати отриману інформацію, природно поводитися перед камерою, тримати інтригу, контролювати емоції, знімати напругу в аудиторії.

**Ключові слова:** ток-шоу, контент, вплив.

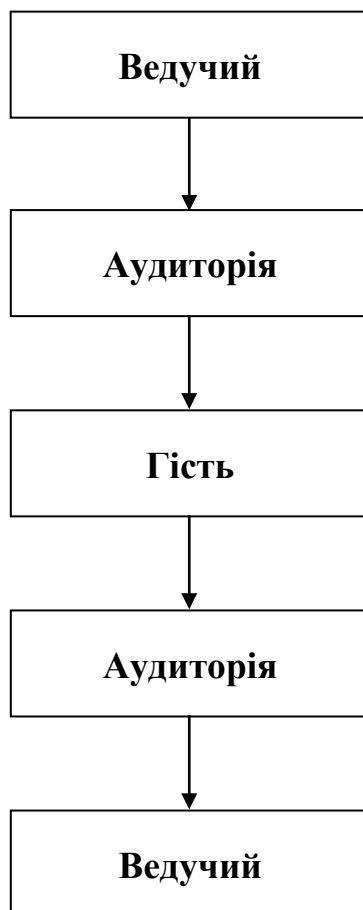
## ANNOTATION

Savik Shuster's political talk shows "Freedom of Speech" on TRK Ukraina and Yevhen Kiselyov's talk shows were analyzed in the qualifying work. Specific features of political talk shows are: the impact on the mass audience and the effectiveness of strategies in the transmission of information. In particular, the question arises about the real reflection of interactive processes that take place on modern television. In the context of studying the categorical and differential features of a political talk show, the focus of this study is on the processes of influencing the viewer through the content of the show. To do this, an analysis of the practical model of Ukrainian political talk shows in terms of studying the basic elements of influence on the audience. Of course, the personality of the talk show host has an impact on the emotions of the audience: his ingenuity, wit and charm, as well as the ability to listen to his guests and experts, objectively assess the situation on air, analyze information, behave naturally in front of the camera, keep intrigue, control emotions, relieve tension in the audience.

***Key words:*** talk show, content, influence.

## ДОДАТОК А

Інтерактивна схема непрямого адресата



## ДОДАТОК Б

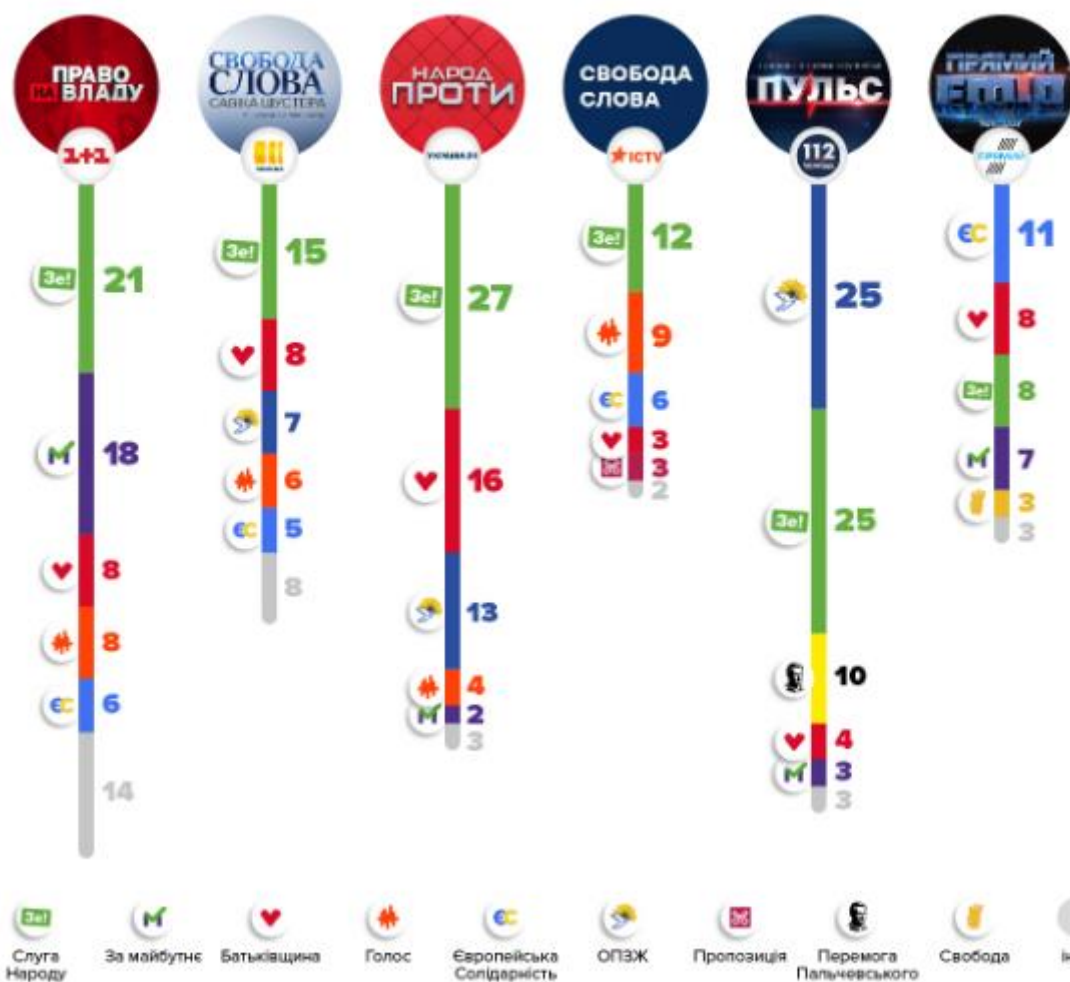
## Стратегія економії ефірного часу

Тактики	Тактика обмеження часу висловлювання		Тактика обмеження часу фінального кола	
Прийоми	Прийоми, засновані на перериванні тривалого висловлювання	Прийоми, засновані на попередженні затягування висловлювання	Раптове переривання фінального кола	Попередня адресація фінального питання
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Резюмування</li> <li>✓ Питання по суті</li> <li>✓ Зауваження</li> <li>✓ Подяка</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Кількісне обмеження</li> <li>✓ Якісне обмеження</li> <li>✓ Схвалення</li> </ul>		

## ДОДАТОК В

## Фаворити політичних ток-шоу

## ГОСТЕЙ З ЯКИХ ПАРТІЙ НАЙБІЛЬШЕ ЗАПРОШУВАЛИ ВІД ЧЕРВНЯ ДО ВЕРЕСНЯ НА ПОЛІТИЧНІ ТОК-ШОУ



ЧЕСНО проаналізував аналізи ток-шоу від червня до вересня 2020 року: «Право на владу» (13 програм, канал «1+1»), «Свобода слова Савица Шустера» (11 програм, канал «Україна»), «Народ проти» (16 програм, канал «Україна 24»), «Свобода слова» (10 програм, канал «СТУ»), «Пульт», (14 програм, канал «112 Україна»), «Прямий ефір» (15 програм, канал «Прямий канал»).

## ДОДАТОК Д

Савік Шустер та його політичне ток-шоу



## ДОДАТОК Е

## Студія ток-шоу «Свобода слова Савіка Шустера»





## ДОДАТОК Ж

Телеведучий Євгеній Кисельов



## ДОДАТОК 3

Політичні ток-шоу Є. Кисельова



## ДОДАТОК К

### Студія ток-шоу «Велика політика»



